VISIT…

LANZAROTE Caliente.com

Diễn đàn Kinh Doanh
Biz Forum Weekly

Số 18



Tin tức Việt Nam và thế giới

Khai thác tiềm năng doanh nghiệp Việt kiều gốc Hoa

Kinh nghiệm xuất hàng qua Châu Âu từ các doanh nghiệp trong và ngoài nước

Lấp đầy khu công nghiệp

Đầu năm mới – Thêm nhiều cơ hội giao thương mới

Nên đi hội chợ quốc tế nào ?

Vào thị trường Mỹ: Không tỉnh táo dễ mất thương hiệu

Tin tức chứng khoán

Tăng phiên giao dịch: Giải pháp hay cũng chỉ là liều thuốc thí nghiệm

Quy định chứng minh hàng thực tế xuất khẩu

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ tìm thấy gì trên Internet

Thế giới cho những văn phòng ảo đang mở rộng









TIN TỨC VIỆT NAM

1 - Sẽ phát hành trái phiếu chính phủ ra quốc tế



Theo Bộ Tài chính, Chính phủ đã cho phép Bộ Tài chính phát hành trái phiếu Chính phủ ra thị trường vốn quốc tế trong năm nay. Hiện nay Bộ Tài chính đang xây dựng phương án tổ chức phát hành trái phiếu để trình Chính phủ phê duyệt. Theo nhận định của Bộ Tài chính, hiện đang là thời điểm thuận lợi cho Việt Nam phát hành trái phiếu chính phủ ra thị trường vốn quốc tế vì hệ số tín nhiệm của Việt Nam ngày càng cao. Đặc biệt việc phát hành trái phiếu Chính phủ ra nước ngoài sẽ là cơ hội để các nhà đầu tư quốc tế có thêm những hiểu biết, đánh giá chính xác về môi trường đầu tư ở Việt Nam.

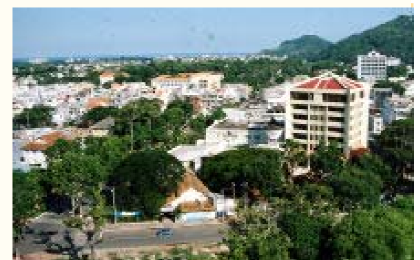
2 - Hợp tác thương mại giữa Vinatex và tập đoàn Dupont



Ngày 19/2/2001, tại Hà Nội, Tổng công ty Dệt-May Việt Nam (Vinatex) đã ký kết hợp tác thương mại với tập đoàn Dupont, một trong những tập đoàn lớn hàng đầu của Mỹ trong ngành dệt may. Theo đó, Vinatex sẽ mua và sử dụng những loại sợi cao cấp của Dupont, sau đó Dupont sẽ giúp Vinatex xuất khẩu vải thành phẩm và hàng may mặc có sử dụng sợi của Dupont sang thị trường Mỹ và các thị trường khác.

Dupont cũng đồng ý chọn Vinatex là nhà phân phối độc quyền ở Việt Nam cho các sản phẩm sợi dệt chất lượng cao mang nhãn hiệu của Dupont. Trong khuôn khổ hợp tác song phương, tập đoàn Dupont còn chuyển giao công nghệ hiện đại tương thích với việc sử dụng các sản phẩm trên. Vinatex sẽ thành lập nhóm "Business Team" ; gồm cả những người phụ trách bán hàng và những nhà kỹ thuật sợi dệt nhuộm, sau khi tiếp nhận toàn bộ những hướng dẫn từ phía Dupont về marketing và kỹ thuật, nhóm này có nhiệm vụ bán và hướng dẫn sử dụng cho toàn bộ các sản phẩm sợi dệt của Dupont tại Việt Nam.

3 - Tổ chức, cá nhân nước ngoài có thể được giao đất



Theo tin từ Tổng cục Địa chính, Pháp lệnh về quyền và nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân nước ngoài thuê đất tại Việt Nam đang được nghiên cứu sửa đổi theo hướng mở rộng quyền của các tổ chức, cá nhân này, song cũng quy định chi tiết và chặt chẽ hơn về nghĩa vụ. Nếu trước đây chỉ được thuê đất, hướng sắp tới tổ chức cá nhân nước ngoài có thể được giao đất có thời hạn tại Việt Nam.

Ngoài ra, Pháp lệnh còn được bổ sung thêm một số quy định về trình tự, thủ tục thuê và giao đất cho các tổ chức cá nhân nước ngoài; bổ sung các quy định về quyền sử dụng đất khi cá nhân, tổ chức nước ngoài tham gia mua cổ phần trong các công ty cổ phần.

4 - Thông tin du lịch Việt Nam online chưa hấp dẫn du khách

Việc giới thiệu hình ảnh và thông tin

du lịch VN trực tuyến vẫn chưa thu hút được du khách nước ngoài, là kết luận của tiến sĩ Trương Quang thuộc Học viện Kỹ thuật châu A' - AIT, Thái Lan tại buổi hội thảo "Chiến lược và ứng dụng tiếp thị online cho du lịch VN" được tổ chức tại TP.HCM ngày 22/2. Theo ông Quang, du lịch VN vẫn chưa phát huy hết khả năng thu hút du khách quốc tế thông qua các lợi thế tự nhiên, địa lý, văn hoá, lịch sử... đúng mức. Đặc biệt là các website giới thiệu về VN vẫn chưa dễ tìm trên mạng với các search engine (công cụ tìm kiếm), thông tin lại thường rất nhàm chán. TS Clemens Bechter (giảng dạy tại AIT) cho biết thông qua các kết quả điều tra của ông, hiện nay có 1,88 triệu website có keyword là "vietnam" trong tên của website. Hàng ngày, chỉ tính riêng trên search engine của Google có trung bình 11.885 lượt người tìm kiếm thông tin với keyworrd "vietnam". Tuy nhiên, các website liên quan đến du lịch Việt nam có trong số các website thường xuất hiện đầu tiên trong các search engine này thường rất ít và thông tin rất sơ sài.

Được biết, trong năm 2001, đã có 2,1% lượng du khách châu Âu đặt vé dịch vụ du lịch online với doanh thu khoảng 1,5 tỷ USD trong tổng doanh thu từ các khách thuộc khu vực này.

5 - Kéo dài hạn vay ưu đãi cho các dự án sử dụng vốn ODA Pháp

Các dự án sản xuất vốn ODA ưu đãi của Pháp có thể được kéo dài thời hạn vay đến 20 năm, thay vì 17 năm như trước đây, theo một quyết định mới đây của Chính phủ Pháp. Giám đốc chi nhánh Cơ quan Phát triển Pháp (AFD) tại Việt Nam, ông Luc Bonnamour, cũng cho biết thêm, kể từ ngày 14/2/2002, các dự án do AFD quản lý sẽ không bị ràng buộc bởi "điều khoản xuất xứ". Theo đó, cơ quan thực hiện dự án có thể mua dịch vụ, hàng hoá từ bất kỳ quốc gia nào mà không nhất thiết phải là Pháp hay Việt Nam nữa. Tổng giám đốc AFD J.M.Severino đánh giá đây là "một bước tiến quan trọng" nhằm tăng cường tính hiệu quả và minh bạch của các dự án viện trợ phát triển do Pháp tài trợ. AFD hiện triển khai 20 dự án tại Việt Nam có tổng giá trị 299,5 triệu euro và đang thẩm cứu 13 dự án khách trị giá 300 triệu euro.

6 - Giá nhà đất Hà Nội tăng tới 2 cây vàng/m2



Giá nhà đất ở Hà Nội tại nhiều địa điểm đang tăng từ 0,5 chỉ vàng đến 2 cây vàng/m2 so với thời điểm trước Tết từ 1 đến 2 tháng. Tăng cao nhất là các khu vực đất được quy hoạch, mở đường, có các dự án xây dựng... Tại quận Tây Hồ, giá nhà đất khu vực ngoài đê tăng từ 10 triệu đồng/m2 lên 15 triệu đồng/m2 so với thời điểm trước Tết 2 tháng; khu vực trong đê tăng từ 4 cây vàng/m2 lên 6 cây/m2; Mặt đường Lạc Long Quân có giá từ 3,5 đến hn 4 cây/m2, mặt phố An Dương giá từ 5 cây/m2 đến 7 cây/m2... Vùng Đông Ngạc, Từ Liêm, giá đất dao động từ 8 chỉ vàng/m2 đến hn 1 cây vàng/m2 tùy địa điểm, tăng gấp hơn 2 lần so với trước Tết.

Tại địa phận giáp ranh giữa huyện Từ Liêm và quận Cầu Giấy, giá đất tăng trung bình 1,6 cây vàng/m2 ở những đường ô tô vào được... Theo một số chủ trung tâm bất động sản trong Thành phố, giá nhà đất đã bắt đầu tăng từ hơn 1 tháng qua. Nguyên nhân là do vào dịp Tết, nhiều người đã đổ xô tìm mua nhà, khiến cho giới đầu tư có cơ hội đẩy giá nhà đất lên cao. Lượng giao dịch

nhà đất tại các Trung tâm cũng tăng lên rõ rệt, chứng tỏ thị trường bất động sản Hà Nội lại bắt đầu được "hâm nóng".

7 - Thành lập Trung tâm Thông tin thương mại châu Âu tại Hà Nội



Ngày 26/2, Trung tâm Thông tin thương mại châu Âu (EBIC) được thành lập tại Hà Nội và TP.HCM. Ông Đoàn Thanh Thoại, phó giám đốc Trung tâm thương mại châu Âu chi nhánh TP.HCM, cho biết EBIC sẽ cung cấp cho các DN VN những thông tin về thị trường châu Âu như thuế quan, cách thâm nhập thị trường, tiêu chuẩn về chất lượng, việc cấp giấy chứng nhận theo luật định. Bên cạnh đó, ngoài việc tổ chức đào tạo (thông qua các hội nghị chuyên đề, hội thảo...), EBIC còn tạo cơ hội kinh doanh cho các DN vừa và nhỏ của VN bằng cách giới thiệu các DN này cho các tổ chức đối tác khác của EBIC, đặc biệt là chương trình đầu tư châu A'. DN quan tâm có thể tìm kiếm thêm thông tin tại trụ sở trung tâm ở TP.HCM đặt tại 257, Hoàng Văn Thụ để biết thêm chi tiết.

8 - Các nhà đầu tư Malaysia đang nhắm đến Việt Nam

Ông S.Arkiadass- Tham tán Thương mại Tổng lãnh sự quán Malaysia tại TP.HCM cho biết hiện nay các nhà DN nước này đang có xu hướng di chuyển cơ sở sản xuất ra nước ngoài và Việt Nam là một trong những nước được họ quan tâm nhất.

Ngày 24/2 đến 1/3, một đoàn 58 DN Malaysia sẽ sang Việt Nam tìm kiếm cơ hội kinh doanh và đầu tư. Dự kiến, Phòng Thương mại và Công nghiệp VN (VCCI) sẽ ký bản ghi nhớ về hợp tác thương mại với Phòng Thương mại và Công nghiệp người Hoa tại Malaysia. VCCI đã tổ chức buổi gặp gỡ giữa các DN Việt Nam và đoàn DN lớn và các nhà đầu tư của Malaysia vào 8h ngày 25/2/2002. Các lĩnh vực kinh doanh chính của các thành viên trong đoàn Malaysia: sản xuất đồ gỗ, đĩa phanh xe máy, ôtô, sơn, giấy bao gói, thuỷ hải sản, dầu ăn, bánh kẹo, vật liệu hoá học thô, đèn đường, đá rải đường, máy biến thế, pin, ắc quy xe máy, ôtô, vật liệu nhựa thô, Đông dược, hệ thống thiết bị kiểm soát ô nhiễm không khí, thiết bị điện tử phục vụ giáo dục...

9 - Ngân hàng có thể chuyển nợ thành vốn góp vào doanh nghiệp



Năm 2002, Quỹ hỗ trợ phát triển thực hiện 25 ngàn tỷ đồng vốn tín dụng đầu tư phát triển. Thực hiện quyết định của Thủ tướng Chính phủ, ngày 21/2, NHNN Việt Nam đã có công văn 174/NHNN-TD hướng dẫn các ngân hàng thương mại (NHTM) nhà nước xử lý nợ quá hạn khó đòi tồn đọng, không có tài sản bảo đảm. Phạm vi xử lý là các khoản nợ tồn đọng có dư nợ đến 31/12/2000 nhưng đến nay vẫn chưa xử lý xong.

Đối với những khoản nợ không còn đối tượng để thu hồi, các NHTM tiến hành phân loại để trình Thủ tướng Chính phủ xử lý. Đối với những khoản nợ tồn đọng vẫn còn đối tượng thu hồi, các NHTM được phép bán lại nợ để thu hồi nợ theo quy chế mua bán nợ thông thường. Các NHTM cũng có thể chuyển nợ thành vốn góp vào DN và được chuyển nhượng phần vốn góp này. Ngoài ra, căn cứ vào thực trạng và khả năng trả nợ của DN, các NHTM được cơ cấu lại nợ

bằng các hình thức sau: giãn nợ, miễn lãi suất hoặc cho DN vay vốn để đầu tư thêm.

10 - Tạm thời áp dụng bảng giá tính thuế tối thiểu để tính thuế nhập khẩu từ 20/2



Bộ Tài chính vừa có công văn số 1414 TC/TCT về việc thi hành Thông tư số 08/2002/TT/BTC. Theo đó, do có sự thay đổi về thẩm quyền ban hành văn bản pháp quy của cơ quan trực thuộc Chính phủ quy định tại Luật tổ chức Chính phủ nên Tổng cục Hải quan chưa ký ban hành Bảng giá Kiểm tra. Để triển khai thực hiện Thông tư số 08/2002/TT/BTC hướng dẫn thực hiện giá tính thuế nhập khẩu hợp đồng mua bán ngoại thương theo đúng thời gian quy định, Bộ Tài chính yêu cầu trong thời gian chưa ban hành bảng giá kiểm tra, tạm thời áp dụng mức giá quy định tại Bảng giá tính thuế tối thiểu ban hành kèm theo Quyết định số 177/2001/QĐ-TCHQ ngày 14/3/2001 của Tổng cục trưởng Tổng cục Hải quan và các quyết định sửa đổi, bổ sung Quyết định số 177/2001/QĐ-TCHQ để thay cho Bảng giá kiểm tra.

Đối với các trường hợp giá ghi trên hợp đồng không thấp hơn 70% của mức giá kiểm tra cũng được áp dụng giá tính thuế theo giá thực thanh toán ghi trên hợp đồng.

11 - Chỉ số giá tiêu dùng tăng 2,2%

Theo Tổng cục Thống kê, do nhu cầu tiêu dùng trong dịp Tết Nhâm Ngọ tăng, nên chỉ số giá tiêu dùng của cả nước trong tháng hai đã tăng 2,2% so với tháng Giêng.

Hầu hết chỉ số của các nhóm hàng đều tăng. Trong đó, dẫn đầu là chỉ số giá của nhóm hàng lương thực - thực phẩm tăng 4% so với tháng trước.

Một số nhóm hàng khác cũng tăng vào dịp Tết như phương tiện đi lại, bưu điện tăng 1%; Đồ uống và thuốc lá, văn hóa, thể thao và giải trí tăng 1,4%; Dược phẩm, y tế, giáo dục, nhà ở, vật liệu xây dựng, thiết bị và đồ dùng gia đình, may mặc, mũ nón, giày dép tăng từ 0,1% đến 0,5%. Chỉ số giá vàng tăng 1,5% và giá đô la Mỹ tăng 0,2%.

12 - Công bố lãi suất cơ bản cho các tổ chức tín dụng

Thống đốc Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã ký Quyết định số 128/2002/QĐ-NHNN ngày 22/2/2002 công bố mức lãi suất cơ bản làm cơ sở cho các tổ chức tín dụng ấn định lãi suất cho vay bằng đồng Việt Nam từ ngày 1/3/2002 là 0,6%/tháng. Quy định về biên độ so với lãi suất cơ bản tiếp tục thực hiện theo Quyết định số 242/2000/QĐ-NHNN ngày 2/8/2000 của Thống đốc NHNN: Đối với cho vay ngắn hạn là 0,3%/tháng, đối với cho vay trung và dài hạn là 0,5%/tháng. Quyết định này trái với nhiều dự đoán trước đây của các chuyên gia trong ngành cho rằng NHNN sẽ giảm tỷ lệ lãi suất cơ bản để kích thích tiêu dùng sau dịp Tết.

13 - Nguy cơ mất mùa cà phê



Nông dân trồng cà phê tại Lâm Đồng, Gia Lai, Đắc Lắc... đang đứng trước nguy cơ mất mùa cà phê trong niên vụ tới (2002-2003). Năm nay trời khô hạn gay gắt kéo dài, cộng thêm gió lốc, xoáy... đã khiến cà phê ra nụ nhưng không thể nở hoa, thậm chí lác đác một số vùng cà phê bị héo lá, chết cả cây vì thiếu nước. Trong khi đó,

nông dân lại không có tiền tưới nước hoặc bỏ mặc vườn cà phê do giá quá thấp. Một số vùng nông dân muốn tưới nhưng lại không có nguồn nước để tưới. Được biết, trong niên vụ vừa qua sản lượng cà phê cả nước chỉ còn khoảng 650.000-700.000 tấn (giảm đến 35% so với niên vụ trước) do nông dân chặt, bỏ hoang, không đầu tư chăm sóc.

14 - Tham gia miễn phí "Diễn đàn cơ hội kinh doanh toàn cầu" (G-boc) qua mạng

G-BOC 2000

Phòng Thương mại và Công nghiệp Osaka (Nhật Bản) thông qua Cục xúc tiến thương mại (Vietrade) vừa đưa ra lời mời DN Việt Nam tham gia chương trình mới "Cyber G-boc" miễn phí. G-boc là tên gọi của "Diễn đàn cơ hội kinh doanh toàn cầu", một diễn đàn diễn ra hằng năm tại Nhật, có uy tín khá lớn trên thế giới từ nhiều năm nay, quy tụ nhiều nhà đầu tư, DN các nước trên thế giới tìm kiếm những cơ hội đầu tư kinh doanh, tuy nhiên chi phí tham gia rất lớn. Vì vậy, Cyber G-boc là diễn đàn qua mạng nhằm giới thiệu các đối tác không có điều kiện tài chính tham gia diễn đàn này. Hiện Cyber G-boc đã có 4.200 DN Nhật và 220 DN các nước tham gia. DN Việt Nam quan tâm liên hệ đăng ký tại Vietrade số 31 Tràng Tiền, Hà Nội, văn phòng đại diện Vietrade tại TP.HCM số 35 - 37 Bến Chương Dương, Q1, hoặc tìm thông tin trực tiếp qua trang web: http://www.g-boc.com.

15 - Trả lại cho khách hàng số ngoại tệ gửi qua bưu phẩm, bưu kiện

Văn phòng Chính phủ vừa có Công văn 755/VPCP-KTTH cho phép Tổng cục Hải quan phối hợp với Tổng cục Bưu điện làm thủ tục trả lại cho người nhận số tiền gửi trong bưu phẩm, bưu kiện bị cơ quan hải quan phát hiện từ quý 1/2001 tới hết quý 1/2002. Đồng thời, Tổng cục Bưu điện và Ngân hàng Nhà nước chủ động phối hợp với các bộ, ngành liên quan nghiên cứu, đề xuất việc sửa đổi, bổ sung về xử phạt hành chính trong lĩnh vực tiền tệ và hoạt động ngân hàng (mức phạt từ 10 triệu đồng đến 15 triệu đồng đối với hành vi chuyển ngoại hối hoặc vàng ra nước ngoài và vào Việt Nam trái quy định của pháp luật) và trình Thủ tướng Chính phủ phê duyệt trong quý 1/2002.

16 - Nhu cầu về vàng ở Việt Nam tăng kỷ lục trong năm 2001



Theo báo cáo của Hội đồng Vàng Thế giới (WGC), Việt Nam đã vươn lên trở thành một trong những nước hàng đầu Đông Nam A' cả về mức tiêu thụ lẫn đầu tư vào vàng trong năm 2001. Nhu cầu tiêu thụ vàng ở Việt Nam đã tăng cao kỷ lục, lên 73 tấn trong năm ngoái, so với mức 60 tấn của năm 2000.

Báo cáo trên cho biết, tổng lượng kim hoàn dùng làm đồ trang sức, vàng thỏi và các đồng tiền vàng được mua bán tại Inđônêxia, Thái Lan, Việt Nam, Malaixia và Singapore là 285,2 tấn năm 2001, tăng 7% so với năm trước. Trong số này, đồ kim hoàn chiếm 76%, tương đương 216,8 tấn vàng. Đầu tư vào vàng của các nước trên tăng 24%, lên 68,4 tấn, chủ yếu do các nhà đầu tư tiếp tục mua vàng tích trữ để phòng các tình huống bất trắc như vụ tấn công ngày 11/9 ở Mỹ và do lãi suất tiết kiệm giảm. Riêng nhu cầu tiêu thụ vàng tại Trung Quốc lục địa, Hồng Công và Đài Loan đã giảm 9%, xuống còn 298,3 tấn trong năm 2001.

TIN TỨC VIỆT NAM

Mức giảm này chủ yếu là do hoạt động mua bán kim loại quý này ở Đài Loan và Hồng Công giảm lần lượt là 35% và 10%.

17 - Gọi vốn ĐTNN xây dựng nhà ở



Chung cư Ngô Tất Tố - TPHCM

Bộ xây dựng và Bộ KH&ĐT đã đưa vào danh sách gọi vốn đầu tư nước ngoài 5 dự án xây dựng nhà ở chung cư cao tầng quy mô lớn ở một số đô thị như Hà Nội, TP.HCM, Hải Phòng, Đồng Nai và Bà Rịa-Vũng Tàu.

5 dự án đó là: khu chung cư cao tầng ở thành phố Biên Hoà (5,5 ha và 1.257 căn hộ), khu đô thị mới Cát Bi-TP.Hải Phòng 230 ha và 1.800 căn hộ), tổ hợp nhà cao tầng - Trung tâm thương mại TP. Vũng Tàu (0,7 ha và 192 căn hộ), khu nhà ở Pháp Vân TP.Hà Nội (50 ha) và khu dân cư Bà Điểm - Hóc Môn TP.HCM (42 ha và 2.500 căn hộ). Các dự án này dự kiến sẽ được đầu tư theo hình thức liên doanh hoặc hợp đồng hợp tác kinh doanh với các công ty nước ngoài.

Những thông tin cập nhật về chứng khoán Việt Nam sẽ được chuyển tới quý bạn đọc ngay sau phiên giao dịch của thị trường chứng khoán tập trung vào buổi sáng các ngày thứ 2,4,6. Ngoài ra, VDC Media còn giúp bạn đọc có được những thông phân tích, nhìn nhận, đánh giá về thị trường chứng khoán còn non trẻ của Việt Nam. Mời các bạn đăng ký để nhận bản tin Newsletter «Chứng khoán" tại địa chỉ http://newsletter.vdc.com.vn

TIN TỨC THẾ GIỚI

1 - ASEAN có điện giá rẻ vào năm 2002



Theo ông Tjarito, phát ngôn viên của Trung tâm ASEAN về năng lượng, các nước ASEAN đã có kế hoạch xây dựng một đường ống dẫn khí đốt xuyên ASEAN và một mạng lưới điện sẽ hoàn thành vào năm 2020. Ông Tjarito cho biết tổng dự toán cho dự án trên là 17 tỷ USD, ngoài ra còn có 14 dự án khác giữa các nước ASEAN đang được nghiên cứu. Các quan chức đứng đầu các cơ quan năng lượng khối ASEAN đã thành lập một tiểu ban nghiên cứu việc nối kết mọi mạng lưới điện của các nước khu vực.

Việc thành lập mạng lưới điện chung của ASEAN sẽ giúp người dân khu vực tiêu thụ điện nhiều hơn với giá rẻ hơn. ASEAN là nơi có nhiều than đá và khí đốt. Đây là nguồn nhiên liệu rẻ và sạch, vì hiện nay đã ra đời công nghệ biến đổi than sạch, ít ô nhiễm môi trường. Người ta ước tính khí thiên nhiên có thể cung cấp điện trong 300 năm.

2 - Hàn Quốc: Số vụ vỡ nợ do dùng thẻ tín dụng gia tăng

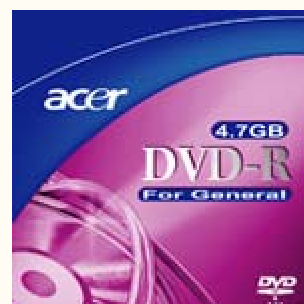
Bị cuốn hút bởi sự ưu đãi thuế, quay số trúng thưởng và quà tặng, những người tiêu dùng chi tiêu bằng thẻ tín dụng ở Hàn Quốc đang góp phần tạo động lực cho sự hồi phục của nền kinh tế này. Tuy nhiên, mặt trái của cơn sốt "tiêu trước trả sau" này là các vụ vỡ nợ đang ngày càng gia tăng. Tính đến cuối năm 2001, đã có 80 triệu thẻ tín dụng được phát hành ở Hàn Quốc, đạt tỷ lệ mỗi người lớn có 3,5 chiếc. Số vụ giao dịch bằng thẻ tín dụng trong năm 2001 đã tăng 80%.

Lợi nhuận trên cổ phần của ngành kinh doanh thẻ tín dụng ở Hàn Quốc trung bình đạt 40% trong năm 2001. Lợi nhuận của 7 công ty phát hành thẻ tín dụng tăng khoảng 175%, lên 2.580 tỷ won (1,97 tỷ USD).

Tuy nhiên, theo chuyên gia Scott Seo tại ngân hàng JP Morgan Chase, thì "tỷ lệ vỡ nợ đang tăng theo sự bùng nổ của thị trường thẻ tín dụng Hàn Quốc". Cục Giám sát Tài chính (FSS) Hàn Quốc cho biết, số người vỡ nợ ở Hàn Quốc đã tăng 17,6% trong năm 2001 lên 2,45 triệu người. Trong số này có khoảng 1 triệu người mắc nợ từ 10 triệu won (76.000 USD) trở lên. FSS đặc biệt cảnh báo lớp trẻ, với số vụ vỡ nợ của những người dưới 20 tuổi đã tăng ba lần trong năm 2001 và số người vỡ nợ trong độ tuổi 20 đã tăng 50%.

3 - Các hãng công nghệ điện tử công bố tiêu chuẩn đồng nhất cho đĩa DVD thế hệ mới

Ngày 19/2, 9 hãng công nghệ điện tử lớn trên thế giới đã công bố tiêu chuẩn định dạng đồng nhất được gọi là "Đĩa tia xanh", một loại đĩa quang học lưu trữ dữ liệu kỹ thuật số mới sẽ được dùng thay thế cho đĩa hình kỹ thuật số DVD phổ biến hiện nay . Đĩa tia xanh sẽ sử dụng tia la-de màu xanh để ghi và đọc mã số trên mặt đĩa thay vì dùng tia màu đỏ. Hãng Sony cho biết loại đĩa mới có thể thu trong hơn hai giờ vi-đi-ô kỹ thuật số có độ phân dải cao và thu hơn 13 giờ phát sóng truyền hình thông thường với chất lượng hình ảnh 3,8 mê-ga-bít/giây trong khi đĩa DVD chỉ có thể thu 133 phút phát sóng truyền hình thông thường.



Việc thống nhất tiêu chuẩn định dạng ghi và đọc cho DVD thế hệ mới sẽ khuyến khích phát triển và sử dụng loại máy móc thiết bị mới này. Các hãng tham gia vào phát triển công nghệ mới này có hãng Hitachi Ltd, Matsushita Electric Industrial, Sharp và Pioneer Corp của Nhật Bản, Royal Philips Electronics cuả Hà Lan, LG Electronics Inc và Samsung Electronics của Hàn Quốc, Thomson Multimedia của Pháp và Sony.

4 - 445 triệu người sử dụng Internet trên thế giới năm 2001



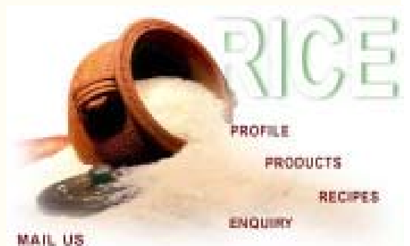
Nhóm nghiên cứu thị trường eMarketer hôm 20/2 cho hay, tính đến cuối năm 2001 toàn thế giới có khoảng 445 triệu người sử dụng Internet, 27% trong số này là ở Mỹ. eMarketer ước tính tổng số người sử dụng Internet ở Mỹ trong năm 2001 là 119 triệu người, và dự đoán có thể sẽ lên tới 165,5 triệu người vào năm 2004, tương đương 23% tổng số người sử dụng Internet trên toàn thế giới. Báo cáo của eMarketer đã phân tích và tổng hợp số liệu của khoảng 100 cuộc điều tra của chính phủ và các công ty nghiên cứu khác. Tại Mỹ, eMarketer đã dựa trên 15 dự báo về số người sử dụng Internet ở Mỹ trong năm 2001, gồm từ 82,7 triệu người theo dự đoán của NetValue đến 142,8 triệu người theo công bố của Bộ Thương mại Mỹ.

5 - Indonesia có thể mua gạo của Â'n Độ để xuất khẩu dầu cọ

Indonesia đang xem xét việc nhập khẩu gạo của Â'n Độ với hy vọng nước tiêu thụ dầu ăn lớn nhất thế giới này sẽ mua nhiều dầu cọ của Inđônêxia hơn. Bộ trưởng Thương mại Inđônêxia Rini Sowandi cho biết, hiện tại Inđônêxia vẫn nhập khoảng 200.000 tấn lúa mì của Â'n Độ mỗi năm, nhưng hầu như không nhập gạo của Â'n Độ. Các thương gia Â'n Độ hy vọng sẽ xuất được khoảng 1-1,5 triệu tấn gạo sang Inđônêxia vì nhu cầu của Inđônêxia rất lớn, nhập khoảng 4 triệu tấn/năm, và giá gạo Â'n Độ rất rẻ.

Gạo Â'n Độ 25% tấm hiện khoảng 140 USD/tấn, thấp hơn gạo cùng loại của Thái Lan và Việt Nam 28 USD/tấn và 32-35 USD/tấn. Nhập khẩu dầu cọ của Â'n Độ đã giảm mạnh sau khi chính phủ nước này tăng thuế nhập khẩu dầu cọ lên 75%, dầu cọ tinh chế 85%, cao hơn nhiều so với mức thuế nhập khẩu dầu đậu tương thô 45% và dầu đậu tương tinh chế 50,8%. Inđônêxia và Malaixia đang vận động Â'n Độ tạo một sân chơi công bằng hơn bằng cách đưa mức thuế nhập khẩu dầu cọ tương đương với thuế đánh vào dầu đậu tương.

6 - Thái Lan tìm kiếm thị trường xuất khẩu gạo mới



Cuối tuần qua, Chủ tịch Tổ chức Kho lưu trữ nhà nước Thái Lan (PWO), ông Seni Noi-Am cho biết, PWO được Chính Phủ giao phó thêm chức năng mới là tìm kiếm các thị trường xuất khẩu gạo mới nhằm giảm lượng gạo tồn kho nay đã lên tới khoảng 3,2 triệu tấn. Trong thời gian tới, PWO sẽ nhắm tới các thị trường ở bốn khu vực chính là Nam Mỹ, Đông Âu, Châu Phi và Trung Đông.

Không giống Â'n Độ và một số nước khác, Chính Phủ Thái Lan không trợ giá xuất khẩu. Tuy nhiên, Chính Phủ nước này vẫn can thiệp vào thị trường trong nước thông

qua việc mua gạo với giá cao hơn giá thị trường nhằm hỗ trợ nông dân. Được biết, PWO dự tính sẽ xuất khẩu thêm khoảng 200.000 tấn gạo trong kho dự trữ ra các thị trường bên ngoài trong năm 2002.

7 - Thế giới tăng cường buôn bán gạo



Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA) ngày 24/2 dự báo khối lượng gạo kinh doanh trên thế giới sẽ tăng liên tục trong thời gian tới với 22,3 triệu tấn trong niên vụ 2001/2002, 24,4 triệu tấn vụ 2002/2003 và 30,2 triệu tấn trong niên vụ 2011/2012. Theo USDA, các nước nhập khẩu gạo nhiều nhất trong vụ mùa tới là Inđônêxia (3,2 triệu tấn), Iran (1,7 triệu tấn), Irắc (1,1 triệu tấn), Arập Xêut (1 triệu tấn).

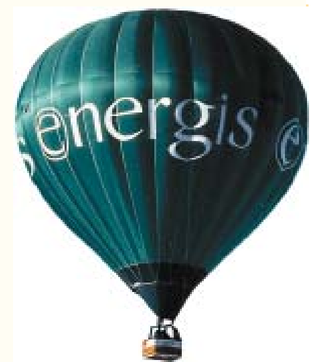
Trong khi đó, các nước xuất khẩu gạo hàng đầu trong vụ 2001/2002 là Thái Lan (6,7 triệu tấn), Việt Nam (4,2 triệu tấn), Mỹ (2,7 triệu tấn), Trung Quốc (2 triệu tấn), Pakistan (2 triệu tấn). Các nước trên vẫn sẽ tiếp tục đứng đầu trong xuất khẩu gạo trong những năm tới. Theo dự đoán của USDA, trong niên vụ 2011/2012, Thái Lan sẽ xuất khẩu được 9,8 triệu tấn gạo và Việt Nam sẽ xuất khẩu được 5,7 triệu tấn.

8 - Các hãng viễn thông châu Âu gặp khó khăn

Các hãng viễn thông châu Âu đang rơi vào tình trạng rất khó khăn do sức hấp dẫn và giá cổ phiếu của chúng trên thị trường chứng khoán hiện vẫn ở mức thấp. Trong khi đó, các hãng này đang phải hoàn trả những khoản nợ lớn đã đầu tư cho cuộc chạy đua gay gắt để mua tài sản và giấy phép hoạt động cung cấp dịch vụ điện thoại di động thế hệ ba (3G).

Các hãng viễn thông Vodafone (Anh), France Telecom (Pháp), Deutsche Telekom (Đức) và Dutch KPN (Hà Lan) khắc phục rất chậm các khoản thâm hụt trong cán cân quyết toán của mình. Thậm chí , hãng viễn thông khổng lồ của Anh, đã phải dùng chứng khoán thay cho tiền mặt để trả một phần nợ, và hiện vẫn còn nợ tới 15 tỷ euro (13 tỷ USD), so với khoản nợ 65 tỷ euro của France Telecom và Deutsche Telekom.

9 - Tập đoàn cung cấp dịch vụ Internet lớn nhất Anh quốc trên bờ vực phá sản



Theo AFP (22/2), tập đoàn viễn thông Anh quốc, Energis đang mấp mé trên bờ vực phá sản khi ngày 22/2, các công ty đánh giá tín dụng và đầu tư Standard and Poor's và Moody's thông báo giảm khả năng thanh toán nợ của tập đoàn này.

Energis, công ty đã từng là con chim đầu đàn trong thời "kinh tế mới" đã lao xuống dốc đột ngột khi cổ phiếu của công ty giảm 99% so với thời kỳ phát triển nhất. Cổ phiếu của Energis đã giảm 40% ngay trong phiên giao dịch buổi sáng ngày 22/2, xuống còn 2,25 pence. Cuộc khủng hoảng của Energis, nhà cung cấp Internet lớn nhất Anh quốc, đã đánh mạnh vào ngành viễn thông nước này. Energis đã cho biết họ không hy vọng thanh

toán được các khoản nợ và đã bắt đầu các cuộc thảo luận đầy khó khăn với các ngân hàng.

10 - Công ty Snow lại làm ăn gian dối


Sản phẩm của Công ty Snow

Tập đoàn Snow Brand Milk Products của Nhật Bản ngày 23/2 thừa nhận họ đã sử dụng khoảng 760 tấn bơ đông lạnh đã hết hạn sử dụng để chế biến sữa và các sản phẩm sữa khác sau khi sửa hạn sử dụng thêm một năm nữa. Trước đó, chính quyền tỉnh Hokkaido đã cảnh báo hãng này chỉ được sửa lại thời hạn sử dụng loại bơ này sau khi có xác nhận khoa học về mức độ an toàn của sản phẩm. Theo qui định của Bộ Y tế Nhật, thời hạn sử dụng của các loại thực phẩm có thời gian tương đối dài có thể được kéo dài nếu chúng được bảo quản đúng với các điều kiện qui định. Uy tín của các nhãn mác Snow đã sa sút nghiêm trọng sau một loạt vụ làm ăn thiếu trách nhiệm bị phanh phui. Snow Milk Products cho biết họ sẽ thiệt hại 2-3 tỷ yên nếu hủy toàn bộ lượng bơ hết hạn này.

* Snow Brand Food sẽ đóng cửa vào tháng Tư

Ngày 22/2/2002, Công ty thực phẩm lớn thứ năm của Nhật Bản Snow Brand Food, công ty con của tập đoàn Snow Brand Milk Products, đã tuyên bố sẽ đóng cửa vào tháng Tư sau khi rơi vào vụ scandal lớn về các sản phẩm thịt có liên quan đến bệnh bò điên tại Nhật Bản.

Tập đoàn Snow Brand Milk Products cho biết sẽ chi 25 tỷ yên (186 triệu USD) để bù đắp thua lỗ của công ty khi phải đóng cửa. Snow Brand Food đã đánh mất gần như hoàn toàn lòng tin của người tiêu dùng, sau khi thừa nhận rằng các sản phẩm thịt bò sản xuất tại vùng bị phát hiện có bệnh bò điên đã được dán nhãn sản xuất tại nơi khác, để tránh sự tẩy chay của người tiêu dùng khi cơn sợ hãi về bệnh bò điên đã lan tràn khắp Nhật Bản. Các vụ điều tra sau đó đã phát hiện ra một loạt những việc làm sai phạm khác của công ty này, khiến cho doanh số của công ty giảm 85% và cổ phiếu của công ty mẹ giảm 2/5 giá trị.

11 - Trung Quốc dẫn đầu thị trường quảng cáo châu A'



Theo AFP (22/2), Trung Quốc, thị trường tiêu dùng lớn nhất châu A', đã bỏ qua những ảnh hưởng của cơn suy thoái toàn cầu và đạt được mức tăng trưởng quảng cáo cao ngoài dự đoán trong năm 2001, theo kết quả khảo sát trong khu vực được công bố hôm 22/2.

Theo kết quả cuộc thăm dò của ACNielsen Media International, đã có một sự phân chia rõ rệt trong khu vực châu A'-Thái Bình Dương, thành 2 nhóm khác biệt. Một là nhóm các nước với Trung Quốc dẫn đầu, có mức tăng trưởng cao trong ngành quảng cáo, và nhóm thứ 2, gồm các nước bị ảnh hưởng nặng nề bởi cuộc suy thoái kinh tế, đứng đầu là Australia. Công ty trên cho biết có nhiều tín hiệu phục hồi mạnh trong ngành quảng cáo trong năm 2002, tuy nhiên các phương tiện truyền thống như báo giấy sẽ không được quan tâm nhiều.

Trung Quốc là nước thu hút nhiều chi tiêu quảng cáo nhất với 11,2 tỷ USD trong năm 2001, tăng 16% trong năm 2000.

TIN TỨC THẾ GIỚI

12 - Thái Lan và Singapore hợp tác thúc đẩy đầu tư vào ASEAN



Lo ngại trước sự giảm sút đầu tư nước ngoài vào Đông Nam A', Thái Lan và Singapore đã nhất trí sẽ hợp tác chặt chẽ hơn nữa nhằm xua tan nỗi e ngại rằng khu vực này là khu vực đầu tư không an toàn. Đầu tư nước ngoài vào 10 nước thành viên Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam A' (ASEAN) trong những năm gần đây đã giảm, do các nhà đầu tư lo ngại về những rủi ro chính trị gia tăng tại một số nước trong khu vực.

Để thúc đẩy đầu tư giữa các nước trong khối, Singapore đề nghị Thái Lan cùng với Singapore và Malaisia đi đầu trong việc thực hiện Khu vực Đầu tư ASEAN (AIA). Theo thỏa thuận AIA, một nước sẽ phải trao quyền đầu tư cho các công ty của các nước ASEAN khác như cho các công ty của chính mình.

13 - Thái Lan phản đối Mỹ quy định lại tên cá da trơn nhập khẩu

Theo báo Phuchatcan ngày 23/2, mới đây ông Sitthi Bunyarathplin, phó bí thư thường trực bộ Nông nghiệp Thái Lan, đã gặp đại sứ Mỹ tại Thái Lan Darryl Johnson để kiến nghị về việc Mỹ qui định chỉ cho dùng tên Catfish ở thị trường Mỹ đối với cá giống Ictaluriidac. Đây là giống cá được nuôi ở khu vực Bắc Mỹ.

Phía Thái Lan cho rằng qui định đó bộc lộ Mỹ bảo hộ thương mại và quyền lợi quá mức cho các doanh nghiệp của mình. Đại sứ Mỹ tại Thái Lan đã ghi nhận sẽ thu thập tài liệu để trao đổi với Thái Lan về vấn đề này. Ông Sitthi nói rõ, Thái Lan có thể chưa bị tác động mạnh như Việt Nam. Khách tiêu thụ cá da trơn của Thái Lan hiện chủ yếu là người Thái và các nhà hàng Thái Lan ở Mỹ. Song, trong tương lai thị trường cá da trơn của Thái Lan sẽ mở rộng vì sản lượng giống cá này đang tăng mạnh ở Thái Lan. Báo Phuchatcan trích lời một quan chức Thái Lan thường trú ở Washington bình luận thêm rằng qui định nói trên của Mỹ gây bất lợi cho người tiêu dùng và không nghĩ tới hiệp định thương mại song phương Mỹ-Việt cũng như hoạt động nghề cá của các nước khác, trong đó có Thái Lan.

14 - Uganđa cạnh tranh với cà phê Việt Nam



Tổng thống Uganda Yoweri Museveni cho hay, cà phê Uganđa có thể đứng vững trong bối cảnh giá cà phê thế giới hiện ở mức thấp nhất trong 40 năm qua và cạnh tranh được với cà phê Việt Nam, nước sản xuất cà phê robusta hàng đầu thế giới, nhờ chi phí sản xuất thấp và các giống cà phê mới cho năng suất cao. Chi phí sản xuất của Uganđa thấp một phần nhờ nước này ít sử dụng phân bón.

Uganđa đang xúc tiến việc trồng giống cà phê robusta vô tính sinh trưởng nhanh và sinh lợi cao và giống cà phê arabica sinh lợi cao. Những giống mới này cho sản lượng nhiều hơn từ 3 đến 5 lần các giống cà phê thông thường khác. Từ năm 1994 đến nay, quốc gia đông Phi này đã trồng mới 55 triệu cây cà phê và dự định sẽ thay thế toàn bộ 300 triệu cây cà phê nhiều tuổi trước năm 2020. Chương trình này sẽ nâng sản lượng cà phê hàng năm của Uganda trung bình lên khoảng 3,5 triệu bao (60 kg/bao).

Khai thác tiềm năng doanh nghiệp Việt kiều gốc Hoa



Trong năm 2002, Hội Doanh nghiệp Việt kiều khối người Hoa sẽ được thành lập, đồng thời thành lập trung tâm tư vấn dịch vụ kinh tế... Trong buổi gặp gỡ đầu năm Nhâm Ngọ giữa lãnh đạo TP.HCM và hơn 200 bà con Việt kiều khối người Hoa (do Ban Công tác người Hoa (CTNH) TP.HCM và ủy ban MTTQ quận 5 tổ chức ngày 2/-2), đã có nhiều ý kiến phát biểu rất chân tình, thẳng thắn của bà con người Hoa, đặc biệt là các nhà doanh nghiệp đã, đang và chuẩn bị đầu tư vào TP.

Trong danh sách những Việt kiều khối người Hoa về TP.HCM dịp Tết Nhâm Ngọ vừa qua, có đến hơn 50% thuộc giới công thương. Ông Chu Hiền Khu, Việt kiều Canada, cho biết: "Đa số Việt kiều người Hoa đều có "máu làm ăn", nhưng chúng tôi vốn liếng không nhiều, ở các nước phương Tây khó có thể cạnh tranh với những tập đoàn kinh tế lớn. Hơn nữa, chúng tôi đã từng sinh ra, lớn lên và làm ăn buôn bán ở Chợ Lớn và từ lâu đã xem Việt Nam là quê hương của mình, nên rất muốn trở về Việt Nam để tìm cơ hội đầu tư ". Ông Chu Hiền Khu về TP ngay năm 1991, sau khi thăm dò, hợp tác với bạn bè bà con trong nước, 2 năm gần đây, ông đã tự đứng tên kinh doanh nhà hàng khách sạn Trung Ưng nằm trên đường Nguyễn Tri Phương. Ông Đặng Hùng, Việt kiều Pháp, đang đầu tư về ngành may mặc ở quận 5, cho biết với chủ trương chính sách dành cho Việt kiều ngày càng thuận lợi như hiện nay, chắc chắn các nhà doanh nghiệp Việt kiều người Hoa sẽ trở về Việt Nam làm ăn. Ông Hùng hứa trước lãnh đạo TP là sẽ tiếp cận thị trường Mỹ, nơi có nhiều bạn bè làm ăn kinh doanh thân quen của ông để cùng hợp tác về Việt Nam đầu tư.

Cần tập hợp doanh nghiệp người Hoa.

Theo ông Tăng Cẩm Vinh, Phó Trưởng Ban CTNH TP, trước khi có chính sách ưu đãi kêu gọi Việt kiều về nước đầu tư, các doanh nhân người Hoa cũng đã tìm mọi cách để đầu tư vào Việt Nam, đặc biệt là thông qua các doanh nghiệp người Hoa đang có c sở sản xuất kinh doanh tại TPHCM. Điển hình như Ban Liên lạc thân nhân Việt kiều quận 11 với 80% đối tượng là người Hoa. Trong quý III/2001, bà con đã gởi về nước 750 triệu đồng và 80.000 USD, đầu tư hơn 32.000 USD mua sắm máy móc thiết bị... Chính nhờ một phần đóng góp của bà con như trên, tình hình sản xuất kinh doanh trong người Hoa ở TPHCM ngày càng mang lại nhiều hiệu quả. Năm 2001, giá trị tổng sản lượng ở 3 quận có đông người Hoa (quận 5, 6, 11) đã đạt và vượt kế hoạch so với năm 2000. Tính đến nay, đã có 9 doanh nghiệp người Hoa được cấp chứng nhận quản lý chất lượng sản phẩm theo tiêu chuẩn quốc tế ISO-9002. Một số thương hiệu nổi tiếng của doanh nghiệp người Hoa được cả nước biết đến như Kinh Đô, Biti's, Vĩnh Tiến, Thiên Long...

Ông Tăng Cẩm Vinh cho biết, tháng 3/2002, ban sẽ hoàn tất đề án xây dựng Hội Doanh nghiệp Việt kiều khối người Hoa trực thuộc Hiệp hội Doanh nghiệp Việt kiều TP. Ban CTNH cũng đang gấp rút chuẩn bị để ra mắt Trung tâm Tư vấn dịch vụ kinh tế, khai trương trang web dành cho doanh nghiệp người Hoa...

Kinh nghiệm xuất hàng qua châu Âu từ các DN trong và ngoài nước

Với đồng tiền chung euro và 370 triệu dân, châu Âu như một nhà nước liên bang khổng lồ, hiện tại gồm 15 nước. «Thị trường châu Âu với 370 triệu dân là một thị trường lớn, đầy tiềm năng”. Đó là ý kiến thống nhất của các nhà doanh nghiệp (DN) tham gia cuộc giao lưu «Kinh nghiệm xuất hàng qua châu Âu” tại TPHCM vào chiều 22/2 do Câu lạc bộ DN Việt kiều tổ chức. Khoảng 30 nhà DN trong nước và DN Việt kiều cùng tham gia trao đổi trong buổi giao lưu này.



Xuất khẩu hàng sang Châu Âu

Thị trường châu Âu rộng lớn, nhưng nhiều rào cản

Ông Nguyễn Thanh Lâm, Việt kiều Đức, phát biểu: “Khi Liên minh châu Âu đưa vào sử dụng đồng tiền chung euro, châu Âu như một nhà nước liên bang. Nếu bán hàng vào liên minh thì không chỉ vào một quốc gia riêng rẽ mà vào cả một khu vực với thị trường tiêu thụ khổng lồ 370 triệu dân. Hiện tại, thị trường này gồm 15 nước, nhưng triển vọng số quốc gia sẽ tăng lên nữa. Đây là một thị trường có sức tiêu thụ rất lớn”.

Qua nhiều chuyến khảo sát thị trường nước ngoài, ông Trương Trọng Nghĩa, Phó Giám đốc Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC), cho biết: “Hiện nay, nền kinh tế, ngoại thương VN phụ thuộc nhiều vào châu A’. Hàng năm trên dưới 60% lượng hàng VN xuất sang châu A’ và 60% nhập về từ châu A’. Nếu châu A’ khủng hoảng, VN sẽ lung lay theo. Gia nhập AFTA, hạ thuế quan, hàng hóa châu A’ tràn vào VN thì VN càng phụ thuộc nhiều hơn. Tăng cường ngoại thương châu Âu, đa dạng hóa kinh tế ngoại thương thì nền kinh tế VN sẽ bền vững hơn”.

Cũng theo ông Nghĩa, châu Âu là thị trường khó tính do những rào cản phi thuế quan như: tiêu chuẩn kỹ thuật, vệ sinh, môi trường, trách nhiệm xã hội... Đáp ứng được những yếu tố đó họ sẽ chấp nhận hợp tác làm ăn. Khi bán hàng vào châu Âu có hàng loạt tiêu chuẩn của liên minh, đến khi bán hàng vào một quốc gia như Đức, Hà Lan... sẽ nảy sinh thêm những tiêu chuẩn khác thuộc về phong tục, tập quán, tạo nên những rào cản mới.

Cần liên kết để nâng cao năng lực cạnh tranh

Đó là vấn đề các nhà DN quan tâm trong buổi giao lưu. Nhiều giám đốc DN đã đề cập



rằng, DN VN phải nâng mình lên một đẳng cấp cao về cả lĩnh vực sản xuất và lĩnh vực xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường.

Ông Lâm đưa ra trường hợp cụ thể, vài năm trước, đồ hộp Hạ Long cải tiến hộp thiếc từ 3 mảnh lên 2 mảnh để giảm rủi ro mối hàn gây hư hỏng sản phẩm. Sản phẩm được thị trường châu Âu chấp nhận. Nhưng khi họ đặt mua 100 container/năm thì công ty không đáp ứng được vì nhà máy hoạt động hết công suất cũng chỉ đáp ứng được 1/4 đơn đặt hàng này. Do vậy, DN VN muốn làm ăn lớn phải chuyên môn hóa và phối hợp cùng nhau để đáp ứng được những đơn đặt hàng lớn.

Về mặt xúc tiến thương mại, tìm thị trường xuất khẩu, theo ông Lê Quang Huy, Giám đốc Unimex Thái Bình: “Tìm hiểu thị trường là việc làm quan trọng. Trả lời được câu hỏi sản xuất cái gì? Đảm bảo những yêu cầu nào? thì đối tác sẽ tự tìm cách liên kết với chúng ta”. Mặt khác, các DN của ta đa phần có quy mô nhỏ, cần phối hợp cùng nhau mở một văn phòng cung ứng dịch vụ và thông tin để tiếp cận kênh phân phối và mua hàng, các doanh nghiệp phải hoàn thiện khả năng giao dịch bằng Internet, trình độ ngoại ngữ.

Ông Trương Trọng Nghĩa cho biết: “Năm 2002, ITPC sẽ xây dựng cơ sở thông tin dữ liệu 20 công trình nghiên cứu thị trường trên 10 tiêu chí tổng quan về mặt hàng xuất khẩu chính, cung cấp miễn phí cho DN. Cũng trong năm nay, dự kiến mở một văn phòng xúc tiến thương mại ở Hoa Kỳ (San Francisco), một văn phòng tại châu Âu (Đức). Ngoài chức năng cung cấp thông tin, cung ứng dịch vụ, văn phòng đồng thời còn là kho hàng ngoại quan cho các DN.

Những thông tin cập nhật về chứng khoán Việt Nam sẽ được chuyển tới quý bạn đọc ngay sau phiên giao dịch của thị trường chứng khoán tập trung vào buổi sáng các ngày thứ 2,4,6. Ngoài ra, VDC Media còn giúp bạn đọc có được những thông phân tích, nhìn nhận, đánh giá về thị trường chứng khoán còn non trẻ của Việt Nam. Mời các bạn đăng ký để nhận bản tin Newsletter «Chứng khoán” tại địa chỉ http://newsletter.vdc.com.vn

Lấp đầy khu công nghiệp?

Cần một phương án mới cho thuê đất tại các KCN


Khu công nghiệp có được lấp đầy?

Hiện nay tại nhiều tỉnh, thành phía Nam đang có nhiều ý kiến khác nhau về vấn đề thay đổi cơ chế cho thuê đất tại các khu công nghiệp (KCN).

Vấn đề này được đặt ra sau khi Bộ Tài chính có văn bản số 9409/TC-QLCS ngày 3/10/2001 trình Chính Phủ, trong đó đề nghị Chính phủ cho phép thực hiện việc thuê đất trong các KCN theo cơ chế: Công ty phát triển hạ tầng KCN chịu trách nhiệm chi tiền đền bù, giải phóng mặt bằng, đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng theo dự án được duyệt, và thu lại các chi phí này thông qua việc thu phí của các doanh nghiệp thuê đất trong KCN, khoản phí này là phí cơ sở hạ tầng không thu tiền sử dụng đất. Doanh nghiệp thuê đất tại các KCN thực hiện việc thuê đất trực tiếp của Nhà nước theo qui định hiện hành, và chỉ ký hợp đồng với Công ty phát triển hạ tầng để trả phí sử dụng hạ tầng.

Cơ chế mới hay cơ chế cũ?

Bộ Tài chính cho rằng, với các qui định hiện nay, các doanh nghiệp đầu tư kinh doanh kết cấu hạ tầng KCN có quyền ấn định giá cho thuê lại đất đã xây dựng cơ sở hạ tầng, giá cho thuê và bán nhà xưởng và phí dịch vụ với sự thỏa thuận của Ban quản lý (BQL) cấp tỉnh. Vì vậy đã phát sinh nhiều vấn đề, ví dụ như: những KCN không có lợi thế, ở xa trung tâm đô thị và đường giao thông, mức độ đầu tư cơ sở hạ tầng lớn, giá cho thuê lại đất sẽ cao, và việc thu hút đầu tư vào các KCN này rất chậm; Công ty phát triển hạ tầng KCN sử dụng ngay diện tích đất thô (chưa có hạ tầng) để cho các doanh nghiệp thuê lại với giá rất cao, thu được các khoản chênh lệch giá mà không cần một sự đầu tư nào. Giá cho thuê lại thấp nhất 1,5 lần và cao nhất bằng gấp 30 lần so với giá Nhà nước cho thuê; các doanh nghiệp đi thuê lại đất của các KCN không được hưởng các chính sách ưu đãi của Nhà nước đối với các doanh nghiệp thuê đất, như: được miễn giảm tiền thuê đất, được phép chuyển từ việc nhận nợ và trả nợ tiền thuê đất (thực chất là trả chậm) thành vốn ngân sách Nhà nước cấp cho doanh nghiệp...

Phải chăng những phát sinh này đã làm hạn chế việc thu hút đầu tư của các doanh nghiệp trong và ngoài nước vào các KCN? Và đây nguyên nhân chủ yếu làm cho việc lấp đầy các KCN gặp khó khăn? Bởi theo số liệu được Bộ Tài chính hướng dẫn, đến cuối tháng 9/2001, tổng diện tích đất các KCN đã cho thuê lại mới được 2.884,3 ha, bằng 36,17% diện tích đất phải cho thuê lại (là 7.989,5 ha); nhiều KCN mới chỉ cho thuê lại được dưới 20% diện tích đất.

Ban quản lý các KCN, hoặc sở Kế hoạch-Đầu tư các tỉnh Đồng Tháp, Phú Yên, Long An, Đồng Nai... đã có ý kiến đồng tình với cơ chế do Bộ Tài chính đề nghị. Theo họ, với cơ



chế hiện hành rõ ràng là các Công ty phát triển hạ tầng KCN có được nhiều thuận lợi hơn; còn với nhà đầu tư, không ít người cảm thấy bị thiệt thòi khi vào các KCN.

Quan chức của BQL các KCN Cần Thơ, Bình Dương lại có một góc nhìn khác. Theo đó, cơ chế cho thuê đất tại các KCN hiện hành vẫn còn phù hợp, không cần thiết phải có cơ chế mới, trong đó tách biệt hai khoản tiền thuê đất thô và phí sử dụng hạ tầng. Thực tế giá tiền thuê đất thô chỉ chiếm một tỷ lệ rất nhỏ so với giá tiền thuê đất đã có kết cấu hạ tầng (chỉ bằng 0,6- 1,0%). Nếu tách riêng biệt phần cho thuê đất thô để thực hiện việc miễn giảm tiền thuê đất, thì cũng không có ý nghĩa khuyến khích đầu tư vì quá nhỏ bé. Ngoài ra, nhà đầu tư vào KCN hiện đang có lợi nhiều hơn, vì theo qui định của Luật đất đai, doanh nghiệp KCN được thế chấp quyền sử dụng đất khi trả trước tiền thuê đất trong nhiều năm. Trong trường hợp này, giá trị đất của doanh nghiệp KCN thuê là do Công ty phát triển hạ tầng đầu tư. Như thế cũng có nghĩa là doanh nghiệp KCN được lấy giá trị của doanh nghiệp khác để mang đi thế chấp cho mình. Trong khi nếu áp dụng cơ chế mới, nhà đầu tư sẽ gặp ngay những phiền hà, vì thay cho việc chỉ ký một hợp đồng thuê đất với Công ty phát triển hạ tầng như hiện nay, nhà đầu tư phải làm thêm một thủ tục thuê đất với cơ quan quản lý Nhà nước về đất đai, và chắc chắn sẽ phát sinh không ít phiền hà!

Cần một giải pháp toàn diện



Các quan chức tại BQL các khu chế xuất và công nghiệp (KCX-CN) TP.HCM, còn phân tích rất kỹ và khẳng định rằng, nguyên nhân chính dẫn đến việc hạn chế thu hút đầu tư vào các KCN không phải là do cơ chế thuê đất, hay do giá thuê lại đất trong các KCN chưa đúng với thực tế, chưa chính xác... Khó khăn lớn nhất hiện nay của các KCX, KCN trên địa bàn TP.HCM là công tác đền bù giải tỏa mặt bằng và xây dựng cơ sở hạ tầng để có đất giao cho nhà đầu tư xây dựng nhà xưởng, chứ không phải là giá cho thuê đất!

“Như thế có thể nói là giá cho thuê đất chỉ là một yếu tố rất nhỏ ảnh hưởng đến kết quả thu hút đầu tư vào các KCN. Còn những yếu tố quan trọng khác, có ý nghĩa quyết định nhiều hơn chính là các điều kiện vị trí địa lý, kinh tế, xã hội, cơ sở hạ tầng kỹ thuật-dịch vụ, môi trường đầu tư, nguồn nhân lực... của khu vực có KCN và yếu tố tâm lý của các nhà đầu tư”. Nhiều quan chức và chuyên gia kinh tế đồng tình với nhận định này.

Họ cũng cho rằng, với những “phán xét” được nêu lên trong văn bản 9409/TC- QLCS của Bộ Tài chính là chưa thực sự thỏa đáng. Ví như, việc cho rằng các KCN ở xa trung tâm đô thị sẽ có mức đầu tư cao, làm cho giá cho thuê đất cao là không đúng. Bởi vì chi phí đền bù, giải tỏa (thường chiếm tỷ lệ lớn trong chi phí đầu tư) ở đây lại ít và rất thấp do đơn giá rẻ. Hoặc việc cho rằng các Công ty phát triển hạ tầng KCN sử dụng ngay đất thô để cho

thuê lại mà không cần đầu tư, là chưa phản ánh được những khó khăn và nỗ lực của các Công ty xây dựng phát triển hạ tầng các KCN trong thời gian qua. Việc sử dụng đất thô để cho thuê lại, nếu có chăng chỉ là hiện tượng cá biệt, đơn lẻ của một vài KCN nào đó, chứ không phải là tình trạng chung. Vấn đề chung nhất là, các Công ty phát triển hạ tầng KCN đều đang chịu rất nhiều khó khăn trong việc giải tỏa đền bù cho dân để thu hồi lại đất, vận động đầu tư, đặc biệt là khó khăn về vốn (do phi chi phí rất lớn để đền bù, xây dựng cơ sở hạ tầng và các công trình tiện ích khác trong KCN), chủ yếu là phải tự huy động từ nhiều nguồn...

“Để thực sự tăng tốc thu hút đầu tư vào các KCN, cụ thể là nhanh chóng lấp đầy diện tích đất cho thuê, đã đến lúc cần xem xét lại vấn đề là nếu các KCN nào không hoặc khó có khả năng tồn tại và phát triển, nên cho chuyển đổi mục đích đầu tư khác có hiệu quả hơn, để tránh lãng phí trong sử dụng đất và vốn đầu tư. Đó là giải pháp căn cơ và toàn diện cho vấn đề; chứ không phải là loay hoay với cơ chế này cơ chế nọ để cho thuê đất”, một chuyên gia kinh tế đã mạnh dạn nêu ra đề xuất như trên.

Đầu năm mới - Thêm nhiều cơ hội giao thương mới



Ngay từ những ngày đầu năm mới Nhâm Ngọ, không khí làm việc khẩn trương, hối hả đã diễn ra trong nhiều doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam. Nhiều lô hàng đã được xuất khẩu ngay trong tháng đầu năm. Bên cạnh đó, ngày càng nhiều các đối tác nước ngoài quan tâm tìm kiếm và mong muốn thúc đẩy hợp tác thương mại với các DN VN. Sau đây là một số lời phát biểu của đại diện thương mại các nước Mỹ, Hồng Kông, Malaysia... tại VN cùng với nhận xét của các DN Rumani khi đến thăm VN trong chuyến thăm gần đây.

* Ông Walter Blocker (Chủ tịch Phòng Thương mại Mỹ - AmCham tại TP.HCM):

Sẽ hỗ trợ xuất khẩu

AmCham sẽ tiếp tục tổ chức các hội thảo cung cấp thông tin tổng quát về các ngành hàng tiềm năng trên thị trường Mỹ cho các DN Việt Nam. AmCham cũng đã có kế hoạch hỗ trợ DN xuất khẩu của VN bằng cách mời nhà nhập khẩu, đối tác mua hàng lớn, chính yếu trong hệ thống phân phối hàng hóa của thị trường Mỹ đến tham gia hội chợ xuất khẩu Expo của TP.HCM năm 2002. Đồng thời AmCham cũng có kế hoạch tổ chức các đoàn DN VN đến Mỹ, làm việc trực tiếp với nhà nhập khẩu chính, các hệ thống phân phối bán lẻ tại thị trường này cũng như hỗ trợ DN VN tham gia các hội chợ triển lãm lớn cho từng ngành hàng ở Mỹ như hội chợ hàng thủy sản lớn nhất được tổ chức hằng năm tại Boston, hội chợ Magic chuyên cho các hệ thống bán lẻ...

* Ông S. Arokiadass (Tham tán thương mại Malaysia tại TP.HCM):

Cung cấp thông tin đầu tư cho DN Malaysia

Dự kiến đầu tháng 8-2002, Bộ trưởng Thương mại Malaysia sẽ dẫn một đoàn các nhà đầu tư lớn của Malaysia đến tìm hiểu cơ hội đầu tư tại Hà Nội, TP.HCM; thương vụ Malaysia đang ráo riết chuẩn bị cho sự kiện này. Đây là chuyến tìm hiểu cơ hội đầu tư chính thức và lớn nhất trong năm được Bộ Thương mại Malaysia tổ chức. Cơ quan Phát triển thương mại Malaysia (Matrade) cũng đang tăng cường quảng bá và mời gọi các nhà đầu tư, kinh doanh, DN Malaysia tham gia hội chợ xuất khẩu Expo TP.HCM. Các thông tin về hội chợ này và tình hình đầu tư phát triển kinh tế của VN đã được đưa lên website của Matrade. Một trong những kế hoạch quan trọng sắp tới mà chúng tôi rất hy vọng sẽ có kết quả tốt trong năm nay là việc đưa lao động VN sang làm việc tại Malaysia.

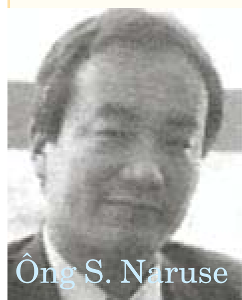
* Bà Tina Phan (Trưởng đại diện Hội đồng phát triển thương mại Hồng Công - TDC - tại Việt Nam):


Bà Tina Phan

Giúp giới thiệu, quảng bá hàng Việt Nam

Số nhà đầu tư Hồng Công (HK) quan tâm đến việc đầu tư ở VN tăng lên đáng kể. Vì vậy TDC đang xúc tiến cải cách trong việc giới thiệu đối tác làm ăn giữa các nhà đầu tư HK và VN, đặc biệt sẽ tập trung giới thiệu cụ thể từng DN, các tiềm năng nổi bật của từng đối tác để rút ngắn thời gian tìm hiểu đi thẳng vào công việc kinh doanh. TDC sẽ tăng cường việc hỗ trợ DN VN giới thiệu và quảng bá các sản phẩm hàng hóa của mình đến thị trường HK cũng như các nhà nhập khẩu chính của khu vực này thông qua hàng loạt hội chợ quốc tế thường xuyên được tổ chức tại đây. Đối với những DN lần đầu đến tham dự các hội chợ để tìm hiểu cơ hội làm ăn, TDC sẽ tài trợ ba đêm nghỉ tại khách sạn. DN VN luôn được TDC ưu tiên và đặc biệt hỗ trợ. Trước mắt tháng 4/2002 sẽ có 18 DN tham gia hội chợ quốc tế về hàng trang trí nội thất và các DN này sẽ được dành riêng một khu vực để quảng bá hàng hóa của VN.

* Ông S. Naruse (Giám đốc điều hành Tổ chức Xúc tiến thương mại Nhật Bản - Jetro):


Ông S. Naruse

Tăng thêm các suất hỗ trợ DN tham dự hội chợ quốc tế tại Nhật Bản

Trong tháng 2/2002, JETRO sẽ tổng kết dự án triển khai lần đầu tiên thương mại điện tử (e-commerce) giữa hai nước, và với kết quả này rất có thể nhiều dự án tương tự sẽ được tiến hành trong năm nay. Những lĩnh vực nhiều tiềm năng sẽ được ưu tiên tiến hành trong thời gian tới bao gồm nông sản, hải sản, hàng thủ công mỹ nghệ, dệt may... Trong năm nay, JETRO sẽ tăng cường giới thiệu và giúp đỡ các DN xuất khẩu VN tham dự các hội chợ triển lãm quốc tế được tổ chức tại Nhật Bản thông qua việc hỗ trợ visa, phí di chuyển, các cuộc hẹn với nhà mua bán sỉ, lẻ, lựa chọn hội chợ thích hợp cho DN VN... JETRO đã có kế hoạch tăng thêm suất hỗ trợ các chuyến tham dự này.

* Các DN Rumani tìm cơ hội hợp tác tại Việt Nam

Tìm đối tác xây dựng các dây chuyền sản xuất

(Ông Eugen Schesan - Tổng giám đốc Cty Electromagnetica)

VN và Rumani là những nước đang phát triển. Về mô hình kinh tế cũ thì hai nước đã từng trải qua nên chúng tôi rất hiểu những nhu cầu của VN hiện nay. Tập đoàn của chúng tôi có thế mạnh nhất là dây chuyền sản xuất các máy móc dân dụng thuộc các ngành nghề nên đến VN lần này chúng tôi không chỉ bán hàng mà còn tìm đối tác đầu tư xây dựng các dây chuyền sản xuất. Chúng tôi cũng là một cty phát triển mạnh mẽ về tin học, điện, và

TÌM HIỂU THỊ TRƯỜNG

các thiết bị viễn thông. Với Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ vừa được ký và sau đó VN sẽ trở thành thành viên đầy đủ của Tổ chức Thương mại thế giới WTO thì hàng hoá của chúng tôi sẽ có cơ hội lớn để xâm nhập thị trường Việt Nam

Hàng dệt may VN rất được ưa chuộng tại Rumani

(Bà Maria Anton - Tổng giám đốc Cty Promodex SA)



Chúng tôi là những nhà sản xuất và kinh doanh hàng dệt may lớn hàng đầu Rumani. Các mặt hàng của chúng tôi hiện đã được bán sang Pháp, Thuy Điển, Hy Lạp và nhiều nước Đông Âu. Mong muốn của chúng tôi lần này sang VN là tìm đối tác bán hàng và trao đổi những kinh nghiệm chuyên môn với ngành may mặc của VN. Cũng như nhiều nước Châu Âu khác trong khối EU, Rumania là một thị trường tiêu thụ các sản phẩm may mặc của VN rất lớn vì hàng may mặc VN tương đối rẻ, đẹp và phong phú về chủng loại. Tuy nhiên các DN may mặc tư nhân của VN xuất hàng sang Rumani rẻ hơn rất nhiều so với các DN nhà nước. Điều nay cho thấy thị trường sản xuất may mặc của VN đang thực sự có một cuộc cạnh tranh khá hoàn hảo có lợi rất lớn cho ngườ tiêu dùng nước chúng tôi. Hàng may mặc của VN được ưa chuộng ở Rumani là nhờ có công rất lớn của các doanh nhân người Việt bên đó. Hiện giờ một số mặt hàng của VN đang được ưa chuộng đặc biệt ở Rumani là mũ lưỡi trai, giày dép, hàng thủ công mỹ nghệ và nhiều sản phẩm truyền thống khác.

Tìm thị trường thịt và sữa

(Ông G.Antochi Chủ tịch - Cty Agricola lnternational SA)

Cty của chúng tôi sản xuất và kinh doanh chủ yếu các loại thịt gia cầm và sữa. Tôi nghĩ VN là một nước nông nghiệp nhưng nhu cầu về thịt và sữa sạch ngày càng lớn vì các loại sữa và thịt của chúng tôi đạt tiêu chuẩn chất lượng cao. Tuy chúng tôi không thể chuyển giao công nghệ cho các bạn, nhưng tôi xin mách một địa chỉ tin cậy để nhập các thiết bị công nghệ này ở Hà Lan.

Nên đi hội chợ quốc tế nào?

Theo Cục Xúc tiến thương mại (Vietrade), trong năm 2001 các doanh nghiệp (DN) đã tham gia trên 100 hội chợ triển lãm (gọi chung là HC) quốc tế. Ngoài những HC quốc tế có tài trợ, phần đông những DN muốn phát triển thị trường thông qua kênh HC quốc tế phải bỏ tiền túi để đi, thì vấn đề là lựa chọn HC nào cho hiệu quả?



Đi hội chợ có tài trợ...

Theo ông Võ Tá Lương - trưởng văn phòng Vietrade có bảy HC được tài trợ hầu như trọn gói (đến 90% chi phí toàn bộ chuyến đi) định kỳ hằng năm. Đó là 5 HC của Trung tâm Xúc tiến thương mại đầu tư du lịch các nước ASEAN của Chính phủ Nhật (ASEAN Center), ở các ngành hàng trang trí nội thất và đồ dùng trong nhà, thủ công mỹ nghệ và quà biếu, đồ gỗ dệt may, thực phẩm...; hai HC của Bộ Thương mại Thái Lan về thực phẩm và hàng thủ công mỹ nghệ, vàng bạc đá quí. Hằng năm cũng có khoảng 3-4 HC tại Thụy Sĩ và các nước châu Âu do Tổ chức Xúc tiến nhập khẩu của Chính phủ Thụy Sĩ (Sippô) tài trợ một phần, về các ngành hàng may mặc thời trang, thực phẩm, thủ công mỹ nghệ. Ngoài ra, thỉnh thoảng Vietrade cũng nhận được các nguồn tài trợ (miễn phí gian hàng, vé máy bay...) tại các HC ở Trung Quốc, Cuba, Trung Đông... Theo ông Lương, những HC có tài trợ đều là những HC lớn có uy tín, tổ chức chu đáo. Đi dự HC, ngoài tài trợ chi phí, DN còn được hỗ trợ thông tin, được quảng bá tiếp thị tìm bạn hàng giúp, đặc biệt là nhiều tổ chức còn bao luôn khâu thiết kế gian hàng cho DN VN - một khâu tối quan trọng cho việc thành công của DN tại HC. Sau HC, như ASEAN Center, còn hỗ trợ bằng việc tiếp tục thu thập những yêu cầu của khách hàng gửi qua VN đến các công ty... Cho nên dự những HC này, DN đều thu nhận nhiều điều, chí ít là được kiến thức, kinh nghiệm, cách thức buôn bán quốc tế. Tuy nhiên, tiêu chuẩn chọn lựa khá khắt khe nên mỗi năm chỉ có 40-50 DN được đi HC có tài trợ.

Năm 2002 này, theo kế hoạch tổ chức đoàn đi HC nước ngoài của Vietrade, có đến 14 HC ở các nước Nhật, Thái Lan, Hàn Quốc, Thụy Sĩ, Anh, Đức, Mỹ, lrắc với số lượng DN tham gia nhiều hơn. Vietrade cũng sẽ trích ngân sách dành cho xúc tiến thương mại để hỗ trợ các hoạt động này. Riêng tại TP HCM, theo Sở Thương mại TP, hai năm nay chương trình hợp tác của hội đồng 12 thành phố đối tác thương mại (châu A') hằng năm có khoảng hơn 30 DN được chọn đi HC ở Osaka (Nhật) miễn phí hoàn toàn, tuyển chọn từ HC hàng Việt Nam xuất khẩu của TP.HCM, tiêu chuẩn đều do phía Nhật trực tiếp làm. Ngân sách về xúc tiến thương mại của TP cũng hỗ trợ một phần ở những HC này. Tuy nhiên ông Lê Văn Công - trưởng phòng xúc tiến thương mại Sở Thương mại - cho rằng: những HC có tài trợ của TP hiện vẫn còn nặng ở mặt hình thức chứ chưa mang lại kết quả thật sự. Theo tôi, tài trợ cho DN, mục tiêu của Nhà nước là để xúc tiến thương mại, tăng xuất khẩu, như vậy phải có trọng điểm thị trường nào, mặt hàng chủ lực gì để từ đó có chính sách cụ thể, tập trung hỗ trợ cái gì chứ không phải cái nào cũng tài trợ".

Và đi hội chợ bỏ tiền túi

Bà Bùi Thị Thanh An, chuyên viên của Vietrade, người đã nhiều lần dẫn đoàn DN Việt Nam đi HC nước ngoài, nhận xét: "Quan trọng nhất là nhà tổ chức đoàn đi". Hiện cả nước có khoảng hơn 10 DN kinh doanh HC có tổ chức đoàn đi HC nước ngoài. Nhìn vào danh sách đăng ký của các DN làm dịch vụ này trong năm 2001, có những con số phải giật mình: đăng ký đi hơn 100 HC quốc tế, trong đó có nhà tổ chức đăng ký tới 43 HC! Trên thực tế, do chỉ chạy theo lợi nhuận là chính nên mời DN càng nhiều càng tốt theo kiểu "điền vào chỗ trống" mà không quan tâm đến chất lượng dịch vụ. Lời mời chào quảng cáo nào cũng hấp dẫn mà nhu cầu của DN muốn đi HC ngày càng nhiều nên những DN đi lần đầu thiếu thông rất dễ bị "dính bẫy" ngay. DN thường bị nhà tổ chức "chém" phí rất cao (5.000-10.000 USD/HC) mà ra đến xứ người thì bị bỏ mặc "tự bơi", chỗ ăn ở tệ, HC bán sỉ cho nhà buôn quốc tế mà cho DN đem hàng sang bán lẻ, hay HC chuyên ngành mà nhà tổ chức gom tất tật nhiều ngành lại...

Anh Nguyễn Thanh Hải, giám đốc DN tư nhân Văn Lê (Đồng Nai chuyên ngành hàng thủ công mỹ nghệ), có thâm niên đi HC đã 5 năm nay, cho biết trung bình một năm đi ba HC chuyên ngành này ở Mỹ, Đức, Thái Lan. Tự bỏ tiền túi đi một mình, đăng ký trực tiếp với ban tổ chức HC đó ở nước ngoài, chứ không đi HC do các DN dịch vụ tổ chức cũng như HC có tài trợ (vì đợi đến lượt cũng khó). Theo anh, tự đi sẽ chủ động, độc lập, gọn gàng, và cũng để xem sức mình ở xứ người thế nào. Thậm chí có lần đi HC ở Mỹ cả HC chỉ có gian hàng Văn Lê là của Việt Nam! Nguồn thông tin về HC anh Hải lấy từ 1 mạng, từ các tổ chức xúc tiến nước ngoài tại Việt Nam, từ kinh nghiệm các DN bạn hoặc từ khách hàng quốc tế của mình: Vì là công ty chủ yếu làm hàng xuất khẩu, theo anh Hải, một năm chi phí cho đi HC nước ngoài trên dưới 20.000 USD, chiếm đến 15% vốn đầu tư của công ty, mà là đầu tư dài hạn chứ không được hiệu quả trước mắt, vì vậy phải tính toán rất kỹ. Song đến nay đây là kênh hiếm đến 50% hiệu quả kinh doanh của công ty.

** Theo bà Claudia Carillon, trưởng Ban hợp tác quốc tế HC hàng dệt may thế giới (WAM):*

Nghiên cứu một cách cẩn thận về mục đích của HC, cố gắng thu nhận càng nhiều thông tin càng tốt về đối thủ, khách tham qua, sản phẩm chính sẽ trưng bày. Hãy lãm rõ tại sao bạn muốn tham gia một HC nước ngoài: thử sức ở thị trường mới, định hướng các thị trường mới cho sản phẩm của công ty, tìm kiếm cơ hội xuất khẩu, tìm cơ hội hợp tác...

Tham dự một HC không chỉ đơn giản là mang sản phẩm tới gian hàng và chờ đợi khách hàng tới xem. Công tác tổ chức trước triển lãm, thiết kế gian hàng, giới thiệu về hàng hoá và đánh giá sau triển lãm sẽ quyết định thành công của công ty bạn. Như tại các HC lớn, các gian hàng thường được đặt sớm và nhanh, vì vậy bạn phải cố gắng đặt chỗ trước càng sớm càng tốt, tốt nhất trước thời gian diễn ra HC sáu tháng. Khi sắp xếp gian hàng, nên lưu ý khách tham quan HC thường giao lưu thông qua 4 bước sau: nhìn quanh, thu thập thông tin, yêu cầu giới thiệu sản phẩm, muốn trao đổi. Do đó bạn phải đảm bảo các yêu cầu này để làm sao thu hút được họ bước vào gian hàng của mình. Chẳng hạn việc bài trí phải mang một nét riêng, tốt nhất là trưng bày sao cho mang tính truyền thống và riêng biệt của đất nước bạn, công ty bạn, đó sẽ là thông điệp đến khách hàng trong tương lai.

Vào thị trường Mỹ : Không tỉnh táo dễ mất thương hiệu

Hàng loạt thương hiệu của các công ty VN như Việt Tiến, Thành Công, Thắng Lợi, Vifon, Bia Sài Gòn... đã bị các khách hàng Mỹ đăng ký trước trên mạng. Hiện nay, thị trường Mỹ đang là đích nhắm của nhiều doanh nghiệp (DN) VN -TPHCM. Nhưng thực tế cho thấy đây là một thị trường đầy thử thách, một thị trường luôn áp dụng luật chơi của kẻ mạnh.


Cần quan tâm đến thương hiệu sản phẩm khi xuất hàng sang Mỹ

Từ một hợp đồng bị hủy

Công ty Giày Hiệp Hưng là một trong những đơn vị sản xuất giày quy mô lớn và hiện đại nhất nhì cả nước, nhưng hiện đang gặp khó khăn. Cách đây hai năm, Hiệp Hưng ký được hợp đồng xuất khẩu giày, xăng-đan vào thị trường Mỹ với số lượng khá lớn. Để thực hiện đơn hàng này, Hiệp Hưng đã phải nhập số lượng lớn vật tư nguyên liệu (ngành da giày VN hiện nay chủ yếu là làm gia công cho các công ty nước ngoài hoặc phi nhập đến 90% vật tư nguyên liệu cho sản phẩm xuất khẩu). Nhưng do bối cảnh suy giảm kinh tế toàn cầu, thị trường tiêu thụ hàng hóa trong đó có giày dép khó khăn; phía đối tác tìm cách hủy hợp đồng... Đến thời điểm đầu năm 2002, Hiệp Hưng còn tồn vật tư nguyên liệu trị giá trên 100 tỉ đồng.

Giám đốc một DN Nhà nước lớn cũng cho biết mới đây có một khách hàng Mỹ đến đặt đơn hàng. Nhưng khi triển khai, thấy có một số nghi vấn, ông đã gọi điện nhờ thương vụ Việt Nam tại Mỹ tìm hiểu, thì biết đó là một công ty... ma. Ông Nguyễn Văn Bình - Tham tán thương mại VN tại Mỹ - cho biết ở Mỹ chỉ cần 100 USD là đã có thể mở được một công ty. Và tham tán thương mại VN khuyến cáo các DN cần liên kết chặt chẽ với các hiệp hội và các sứ quán VN ở nước ngoài để kiểm tra thông tin về các đối tác.

... Đến thương hiệu chưa đăng ký đã bị mất

Bảo hộ thương hiệu đang là một điểm yếu của các DN VN khi vào thị trường Mỹ. Nói một cách đơn giản - như ông Nguyễn Đình Trường - Phó Tổng Giám đốc Công ty May Việt Tiến: “Hàng VN chưa kịp vào Mỹ, các công ty VN chưa kịp nghĩ đến đăng ký thương hiệu tại Mỹ, đã bị người khác đăng ký mất!”.

Hiện tại, hàng loạt tên, thương hiệu của các công ty có tiếng của VN như Việt Tiến, Thành Công, Thắng Lợi, Vifon, Bia Sài Gòn... đều đã bị các khách hàng Mỹ

VẤN ĐỀ SỰ KIỆN

đăng ký trước trên mạng. Ngay cả thương hiệu Trung Nguyên đang được khách hàng Mỹ đàm phán chuyển nhượng, cũng đã bị người khác đăng ký sở hữu ở Mỹ. Sau sự cố này, Trung Nguyên đã phải gấp rút đăng ký bản quyền ở hàng loạt các nước khác. Còn Việt Tiến thì đang nộp hồ sơ đăng ký tên thương hiệu tại châu Âu. Chưa có DN nào nghĩ đến chuyện đòi lại thương hiệu vì việc kiện tụng là rất tốn kém và khó vượt qua những rào cản của luật pháp Mỹ. Ông Christian Kamm - Chủ tịch Công ty Kamm Investment USA - cho biết: Việc đăng ký một nhãn hiệu tại Mỹ chỉ tốn 1.200 - 1.500 USD. Nhưng nếu đòi lại một nhãn hiệu, có thể tốn hàng trăm ngàn USD.

Và những cảnh báo khác



Cũng chính ông Christian Kamm đưa ra cảnh báo: "Người Mỹ thích giải quyết xong các hợp đồng làm ăn và sau đó sẽ tìm hiểu những người trong cuộc. Điều này ngược với nền văn hóa Đông phương. Hãy xem những người Mỹ mua hàng qua Internet -một phương thức rất lạnh lùng". Nhưng khách hàng Mỹ không lạnh lùng chút nào trước những điều tưởng như nhỏ nhặt. Chẳng hạn trước khi đặt hàng, họ đến tận nơi tìm hiểu năng lực sản xuất, nguồn cung ứng nguyên liệu, và cả điều kiện làm việc của công nhân. Đơn đặt hàng thường rất lớn, nhiều khi vượt quá năng lực sản xuất. Nhưng thời gian giao hàng rất nghiêm ngặt. Chậm một ngày là bị phạt và có thể vịn vào đó để hủy cả hợp đồng. Ông Vũ Đức Giang - Tổng Giám đốc Công ty May Phương Đông - cho biết để có một lô hàng xuất sang Mỹ đúng thời hạn và tiêu chuẩn, phải chuẩn bị vật tư nguyên liệu trước ít nhất 4 tháng. Giá cả cũng phải cực kỳ cạnh tranh, vì các công ty Mỹ vào VN đã từng mua hàng ở Trung Quốc, Thái Lan, Indonesia. Vì vậy, phải nội địa hóa nguyên phụ liệu từ 65% - 70%. Nếu cứ mua nguyên liệu của Trung Quốc, Đài Loan thì không thể cạnh tranh được.

Ngoài các tiêu chuẩn khắt khe về tiến độ, chất lượng... các khách hàng Mỹ cũng sẵn sàng vịn vào các lý do về điều kiện lao động, môi trường sản xuất để hủy hợp đồng. Đây sẽ là nguy cơ cho các DN nhỏ cấp tỉnh.

Làm ăn với Mỹ không dễ. Đó là cảnh báo từ thực tế của nhiều DN. Nói như ông Bình - Tham tán thương mại VN tại Mỹ: Nước Mỹ có nền kinh tế thị trường 200 năm, chúng ta mới có 15 năm và vẫn đang ở thời kỳ chuyển đổi. Vì vậy, không chỉ DN mà cả hệ thống kinh doanh của ta đều phải chuyển đổi. Hệ thống pháp luật Mỹ rất phức tạp và khác nhau ở từng hạng, DN không am hiểu, sẽ bị thua thiệt.

TIN TỨC CHỨNG KHOÁN

1 - UBCKNN chấp thuận cho Bê tông 620 niêm yết CP



Trên cơ sở ý kiến của các thành viên Hội đồng duyệt cấp phép phát hành, niêm yết CK về hồ sơ xin phép đăng ký lại CP để niêm yết của CTCP Bê Tông 620 Châu Thới, Chủ tịch UBCKNN đã quyết định chấp thuận việc đăng ký lại CP để niêm yết của Công ty.

Tuy nhiên, trước khi tiến hành cấp phép chính thức, công ty cần lưu ý và hoàn thành một số việc sau:

1. Đề nghị công ty đưa các nội dung cam kết của Hội đồng quản trị sửa đổi điều lệ công ty cho phù hợp với luật Doanh nghiệp và các văn bản pháp luật về CK và TTCK vào đại hội cổ đông thường niên 2002 để thông qua.

2. Hoàn chỉnh và gửi 05 Bản cáo bạch chính thức cho UBCKNN để được chấp thuận trước khi cấp phép.

3. Liên hệ với TTGDCK TP. HCM để xác định ngày đăng ký cuối cùng danh sách cổ đông và chuẩn bị làm thủ tục đăng ký và lưu ký CP.

4. Theo quy định, trong thời hạn 5 ngày làm việc sau khi được UBCKNN chính thức cấp phép, Công ty phải công bố ngay việc niêm yết CP trên 5 số báo ngày liên tiếp của 1 tờ báo trung ương và 1 tờ báo thuộc TP. HCM. Bản dự thảo bản công bố thông tin về việc niêm yết CP phải được gửi UBCKNN trước khi thực hiện việc công bố thông tin ra công chúng.

5. Về lệ phí đăng ký niêm yết, trước mắt, công ty tạm thời chưa phải nộp khoản phí này theo tinh thần công văn số 2819 TC/TCT về việc thu phí, lệ phí hoạt động CK của Bộ Tài chính.

6. Trích lập dự phòng nợ khó đòi trong Báo cáo tài chính năm 2001 nếu chưa thu hồi được vào cuối năm tài chính 2001.

2 - Thêm 2 công ty được niêm yết CP



UBCKNN vừa chấp thuận cho CTCP Hợp tác kinh tế và XNK (Savimex) được niêm yết CP tại TTGDCK TP.HCM. Savimex có tổng vốn điều lệ trên 40,6 tỷ đồng, trụ sở chính tại TP.HCM và hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực kinh doanh CNK. Tổng khối lượng CP mà Savimex được phép niêm yết lại là 4,063 triệu CP.

Ngày 19/2, sau khi xem xét hồ sơ xin đăng ký lại CP để niêm yết của Agifish, UBCKNN đã có công văn chấp thuận cấp phép cho CP của Công ty được niêm yết tại TTGDCK TP.HCM. Theo công văn này, UBCKNN đề nghị Agifish tăng cường công tác kiểm soát nội bộ, khắc phục những tồn tại trong công tác hạch toán kế toán như đã nêu tại các Thư quản lý của Công ty kiểm toán và thực hiện theo đúng chế độ kế toán, tài chính hiện hành để đảm bảo tính trung thực và chính xác trong các số liệu công bố thông tin khi Công ty được niêm yết trên TTGDCK.

Để hoàn tất thủ tục cấp phép, UBCKNN cũng đề nghị Agifish hoàn chỉnh các công việc sau: Hoàn thành và gửi cho UBCKNN 5 bản cáo bạch chính thức để UBCKNN chấp thuận trước khi cấp phép; Liên hệ với TTGDCK TP.HCM để xác định thời hạn đăng ký lại danh sách cổ đông, chuẩn bị thủ tục niêm yết và đăng ký, lưu ký CP...

3 - 12/3, Sacom họp đại hội cổ đông



Theo TTGDCK TP.HCM, CTCP Cáp và Vật liệu viễn thông (Sacom) sẽ họp đại hội cổ đông (ĐHCĐ) thường niên năm 2001 vào lúc 8 giờ ngày 12/3/2002 tại Phòng họp Quốc tế khách sạn Rex 141 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM.

Đối tượng được quyền tham dự ĐHCĐ là những cổ đông sở hữu ít nhất 0,5% vốn điều lệ của Công ty. Nếu không đủ số cổ phần cần thiết phải tự nhóm lại để cử đại diện tham dự ĐHCĐ.

Những cổ đông không thể đến dự ĐHCĐ được phép ủy quyền bằng văn bản cho người khác đại diện dự họp. Trường hợp ủy quyền thì người được ủy quyền phải xuất trình giấy ủy quyền và CMND cho chủ tọa biết trước khi khai mạc (mẫu ủy quyền dự họp ĐHCĐ nhận tại các CTCK). Việc ủy quyền chỉ được thực hiện từng lần; người được ủy quyền không được ủy quyền lại cho người thứ ba. Các cổ đông sở hữu dưới 0,5% số CP, nếu không ủy quyền có thể gửi ý kiến của mình đến ĐHCĐ bằng văn bản trước 8 giờ 30' ngày 12/03/2002.

4 - Nhiều khả năng Nghị định 48/NĐ-CP sửa đổi được ban hành vào tháng 5

Theo kế hoạch của Chính phủ, vào đầu tháng 5 tới, UBCKNN sẽ phải trình Chính phủ Dự thảo sửa đổi Nghị định 48/NĐ-CP về CK và TTCK. Như vậy, nhiều khả năng trong tháng 5/2002, những quy định mới về TTCK Việt Nam sẽ được ban hành, và Nghị định 48 sẽ được sửa đổi theo hướng đơn giản hơn trước. Hiện tại, UBCKNN đã gửi bản dự thảo sửa đổi Nghị định đến các bộ, ngành để lấy ý kiến

5 - Ngày 1/3, Hapaco khởi công Nhà máy giấy Kraft

Ông Vũ Dương Hiền - Chủ tịch HĐQT CTCP Giấy Hải Phòng (Hapaco) - cho biết, ngày 1/3 tới, Hapaco sẽ khởi công xây dựng nhà máy giấy Kraft tại xã Đại Bản - huyện An Hải - Hải Phòng. Thời gian xây dựng nhà máy này là 18 tháng.

Trong năm 2001 vừa qua, Hapaco đạt mức lợi nhuận sau thuế 8,1 tỷ đồng, chia cổ tức 30%/năm. Tốc độ tăng trưởng năm 2001 của Hapaco năm 2001 là 14,3%, trong đó sản phẩm CK tăng 22,5% so với năm 2000.

6 - Ngân hàng Đông A' chuẩn bị thành lập CTCK trong quý II



Theo NHTM cổ phần Đông A' (EAB), nếu không có gì thay đổi, khoảng trong quý II/2002, CTCK Ngân hàng Đông A' sẽ chính thức được thành lập. CTCK dự kiến có vốn điều lệ ban đầu là 15 tỷ đồng, thời hạn hoạt động là 70 năm với chức năng thực hiện các loại hình kinh doanh CK như môi giới CK, tự doanh và lưu ký. Dự kiến, trụ sở của CTCK Ngân hàng Đông A' sẽ nằm trên đường Nguyễn Công Trứ, Q.1 (gần TTGDCK TP. HCM)

Trong năm 2001, lợi nhuận trước thuế của Ngân hàng EAB là 56,5 tỷ đồng, tỷ suất lợi nhuận/vốn đạt 54,8%, cổ tức chia cho các cổ đông trong năm 2001 là 24%. Theo kế hoạch đã được Đại hội cổ đông thường niên thông qua, Ngân hàng sẽ tăng vốn điều lệ từ 120 tỷ đồng hiện nay lên 200 tỷ đồng vào cuối năm nay.

Tăng phiên giao dịch: Giải pháp hay cũng chỉ là liều thuốc thí nghiệm?

Bắt đầu từ ngày 01/03/2002, Trung tâm giao dịch chứng khoán (TTGDCK) TP. HCM quyết định sẽ tổ chức 5 phiên giao dịch/tuần, từ thứ Hai đến thứ Sáu thay vì chỉ có 3 phiên/tuần như hiện nay. Việc thay đổi này đã tạo nên sự quan tâm lớn đối với các nhà đầu tư chứng khoán trên thị trường chứng khoán (TTCK) Việt Nam hiện nay.



Uỷ ban chứng khoán Nhà nước (UBCKNN) nhận định, việc tăng số phiên giao dịch từ 3 phiên lên 5 phiên là một việc làm nhằm để phát triển thị trường. Tuy nhiên, việc thị trường có phát triển được nhờ việc tăng phiên giao dịch hay không thì khó có thể khẳng định ngay được.

Ông Trần Cao Nguyên - Vụ trưởng Vụ Phát triển TTCK - nói: Việc tăng số lần giao dịch trong tuần sẽ góp phần làm tăng tính thanh khoản cho TTCK. Với 5 phiên giao dịch một tuần, các nhà đầu tư sẽ có nhiều cơ hội hơn để mua bán cổ phiếu (CP). Tuy nhiên, tính thanh khoản kém của CP không phải nằm ở số phiên giao dịch nhiều hay ít mà là ở quy mô thị trường và thời gian thanh toán.

Quy mô thị trường còn quá nhỏ thì ai cũng rõ rồi nhưng còn tốc độ thanh toán thì sao?

Theo nhận định của một số chuyên gia phân tích, mặc dù thời gian thanh toán hiện tại chỉ còn T+3 nhưng người bán CP vẫn phải chờ 3 ngày sau mới nhận được tiền và người mua thì cũng phải chờ 3 ngày sau mới nhận được CP. Do đó, trong thời gian 3 ngày chờ thanh toán này, dù có diễn ra bao nhiêu phiên giao dịch đi chăng nữa thì những người đã mua CP vẫn phải chờ đến khi nhận được CP mới có thể bán... và vì thế thì tính thanh khoản của thị trường vẫn còn nhiều hạn chế.

Hơn nữa, trong bối cảnh thị trường hiện nay chỉ có vài nghìn tài khoản mở tại các công ty chứng khoán cho thấy số lượng nhà đầu tư còn rất nhỏ. Trong đó, số người tham gia mua bán thường xuyên lại còn nhỏ hơn nhiều. Do đó, trước thông tin tăng thêm phiên giao dịch, đã có ý kiến từ phía các nhà đầu tư chứng khoán cho rằng khối lượng giao dịch trong từng phiên có nhiều khả năng sẽ bị giảm đi hơn hiện nay.

Hiện tại thì chưa thể xác minh tính xác thực của quan điểm trên, nhưng lý lẽ này không hoàn toàn vô lý vì thị trường chỉ có một khối lượng nhà đầu tư cố định với nhu cầu mua bán chưa có gì chuyển biến lớn. Mặc dù thị trường đã giảm giá trong một thời gian dài nhưng các chuyên gia phân tích vẫn cho rằng thị trường cũng khó có thể có động thái tích cực hơn sau ngày 01/03/2002.

Phiên giao dịch ngày 20/02/2002 - phiên giao dịch liền ngay sau thông báo của TTGDCK -

BÌNH LUẬN CHỨNG KHOÁN

10 trong số 12 loại CP niêm yết vẫn tiếp tục giảm giá. Không những thế, lần đầu tiên kể từ khi TTCK Việt Nam hoạt động, chỉ số Vn-Index giảm xuống dưới 200 điểm.

Bày tỏ quan điểm về quyết định mở thêm phiên giao dịch, hầu hết các ý kiến từ phía nhà đầu tư chứng khoán đều cho rằng, đó là việc làm có tác dụng không nhiều đối với thị trường.



Ông Vương Quân Hoàng - Nghiên cứu viên, Công ty Mezfin Research - cho rằng, việc tăng phiên giao dịch sẽ không có mấy tác dụng đối với thị trường mà quyền lợi của nhà đầu tư chứng khoán hầu như vẫn chưa được quan tâm. Theo tôi, UBCKNN nên có sự quan tâm hơn đối với quyền lợi của các nhà đầu tư, vì nếu các nhà đầu tư vẫn tiếp tục cảm thấy bị bỏ rơi thì tất yếu là họ sẽ xa rời thị trường. Để tăng tính thanh khoản cho TTCK Việt Nam thì cần một thị trường có nhiều nhà đầu tư chứng khoán chứ không phải là có nhiều phiên giao dịch.

Ông Bùi Quang Hoan - Một nhà đầu tư chứng khoán - cũng cho rằng nếu thị trường hàng hóa nhiều hơn nhu cầu thì cho dù tăng thời gian bán có kéo dài thêm bao nhiêu đi nữa thì tình hình cũng không được cải thiện. Việc tăng thêm phiên giao dịch chỉ có thể làm cho tốc độ luân chuyển nhanh hơn một chút. Giả dụ, biên độ giao động CP lên xuống 2%/phiên thì sau này biên độ có thể lên 10%/tuần nếu có 5 phiên giao dịch thay vì 6%/tuần nếu chỉ có 3 phiên giao dịch như hiện nay. Tuy nhiên, việc làm này cũng không thể cải thiện được nhiều vì tác dụng của nó cũng không mạnh bằng việc mở rộng biên độ.

Ông Vũ Dương Hiền - Tổng Giám đốc CTCP Giấy Hải Phòng (Hapaco) - nói: Trước đây, một tuần có 3 phiên mà lượng hàng vẫn chưa nhiều thì ngay cả một tuần có 5 phiên đi chăng nữa thì thực chất cũng vẫn chỉ có một lượng hàng như thế mà chia ra chứ không phải nhiều phiên thì hàng có thể nhiều lên được. Với tư cách là doanh nghiệp niêm yết, tôi nghĩ rằng việc tăng phiên giao dịch cũng không làm tốt hơn tình hình thị trường trong bối cảnh hiện nay.

Ông Trần Tô Tử - Chuyên gia nghiên cứu chứng khoán và TTCK - nhận định: Tôi cho rằng biện pháp mở thêm phiên giao dịch chưa thực sự là cần thiết. Với số lượng nhà đầu tư chứng khoán tham gia trên thị trường còn rất nhỏ thì việc tăng thêm phiên giao dịch sẽ làm cho lượng mua bán của từng phiên càng ít hơn.

Tôi nghĩ rằng việc cần làm hiện nay là làm sao thu hút được thêm nhiều nhà đầu tư chứng khoán tham gia vào thị trường, tức là phải kích được nhu cầu đầu tư CP của công chúng lên, song song với việc tăng nguồn cung cấp hàng hóa. Chỉ khi nào cả hai mặt đó được đẩy mạnh thì mới nên nghĩ đến việc tăng thêm phiên giao dịch.

Có ý kiến cho rằng việc tăng phiên giao dịch sẽ làm tăng tính thanh khoản cho thị trường nhưng tôi thì không nghĩ như vậy, bản chất của việc tăng được tính thanh khoản cho hàng hóa là việc phải giảm thời gian thanh toán, nói cách khác là phải rút ngắn được thời gian giao hàng.

Vậy là vẫn chưa thể có được những dự đoán sát với thực tế về hiệu quả của giải pháp "Tăng số phiên giao dịch".

Diễn đàn Kinh Doanh
Biz Forum Weekly
Số 18 ngày 27/02/2002

Quy định chứng minh hàng thực tế xuất khẩu

Hỏi : Theo quy định tại điểm 1.1, mục II, phần B Thông tư số 122/2000-BTC thì các hàng thực tế xuất khẩu (XK) sẽ được áp dụng thuế suất thuế GTGT 0%. Đề nghị quý báo cho biết những hàng hoá như thế nào là hàng hoá đã thực XK ?



Đáp : Theo quy định của Nhà nước, các trường hợp hàng hoá XK được áp dụng thuế suất thuế GTGT 0% nếu hợp đồng mua bán hàng hoá đảm bảo ký với thương nhân nước ngoài bằng văn bản phù hợp với quy định tại điều 49, 50, 81 của Luật Thương mại. Việc mua bán hàng hoá với thương nhân nước ngoài dưới các hình thức điện báo, telex, fax, thư điện tử và các hình thức thư tín điện tử khác có các nội dung cơ bản của hợp đồng mua bán hàng hoá quy định tại Điều 50 Luật Thương mại cũng được coi là hợp đồng.

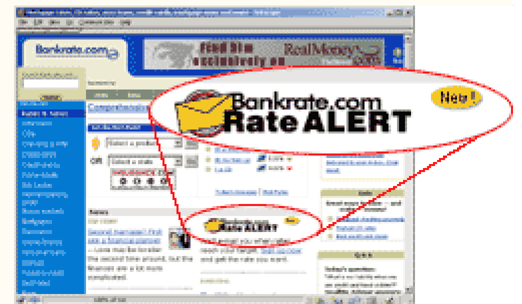
Trong trường hợp các cơ sở kinh doanh không lập hợp đồng mua bán bằng văn bản thì phải đảm bảo hàng hoá đó đã thực XK mới được áp dụng thuế suất thuế GTGT 0%. Theo hướng dẫn của Bộ Tài chính, hàng hoá đã thực XK là hàng hoá XK đã hoàn thành thủ tục hải quan (HQ); có xác nhận của cơ quan HQ trên tờ khai HQ như sau :

Đối với những hàng hoá XK qua đường bộ, nếu nơi làm thủ tục HQ khác với cửa khẩu XK thì tờ khai HQ phải được cơ quan HQ ký, đóng dấu vào “phần xác nhận đã làm thủ tục HQ” và xác nhận hàng hoá thực XK vào phần “chứng nhận thực xuất/ nhập”.

Nếu hàng hoá làm thủ tục HQ, XK tại một cửa khẩu thì tờ khai HQ có ký nhận và đóng dấu của HQ cửa khẩu vào phần “xác nhận đã làm thủ tục HQ”

Đối với những hàng hoá XK qua cảng biển thì tờ khai HQ có ký nhận và đóng dấu của cơ quan HQ làm thủ tục XK (ký tên, đóng dấu) tại phần “xác nhận đã làm thủ tục HQ”. Trường hợp hàng hoá đã làm thủ tục HQ nhưng không XK được phải đưa trở lại nội địa toàn bộ thì cơ quan HQ phải thu hồi tờ khai HQ đã làm thủ tục HQ, cơ sở kinh doanh không được sử dụng làm chứng từ để áp dụng thuế suất thuế GTGT 0% khi kê khai, hoàn thuế GTGT đối với hàng hoá XK. Trường hợp hàng hoá đã làm thủ tục HQ nhưng chỉ XK một phần, một phần phải đưa trở lại nội địa thì căn cứ để xác định hàng thực XK là tờ khai HQ đã có xác nhận của cơ quan HQ đã làm thủ tục XK và điều chỉnh của cơ quan HQ làm thủ tục XK về số lượng hàng hoá thực tế XK.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ tìm thấy gì trên Internet



Internet luôn có chứa đầy những thông tin quý giá cần thiết cho các DN. Khi bạn bắt đầu công việc kinh doanh, bạn cần phải có vốn, hoặc cần có sự hỗ trợ về những vấn đề đặc biệt, rắc rối dễ gặp phải. Vấn đề là bạn sẽ tìm được thông tin giúp bạn giải quyết các vấn đề của mình ở đâu giữa một đại dương thông tin như vậy. Sau đây là một danh sách các site rất hữu ích về tin tức, hướng dẫn kinh doanh, thủ tục, chính sách... Có điều gì mà bạn lại không thể tìm thấy ở đây ?

Tin tức, lời khuyên và sự hỗ trợ

Những site này cung cấp các thông tin, các nghiên cứu về kinh doanh, nhận xét về các công cụ quản lý, hỗ trợ công nghệ, diễn đàn thảo luận về các vấn đề kinh doanh, chỉ dẫn hợp tác về mọi thứ từ cách tìm kiếm tài trợ đến viết một kế hoạch marketing, tìm một nhà quản lý và nhiều lĩnh vực khác. Một vài trang web còn cung cấp thông tin về những nhóm người cụ thể, như trang DIV2000, tập trung về phụ nữ và các nhà kinh doanh thiểu số:

Bankrate.com (http://www.bankrate.com/)
Bizjournals.com (http://www.bizjournals.com/)
DIV2000.com (http://www.div2000.com/)
Entrepreneur.com (http://www.entrepreneur.com/)
HomeBusinessResearch.com (http://www.homebusinessresearch.com/)
iBizResources (http://ibizresources.com/)
Idea Cafẹ (http://www.ideacafe.com/)
Inc.com (http://www.inc.com/home/)
Nolo.com (http://www.nolo.com/)
PC Support Center (http://corporate.pcsupport.com/)
Power Homebiz Guides (http://www.powerhomebiz.com/)
Smallbiztechnology.com (http://www.smallbiztechnology.com/)

Các mối liên hệ thương mại

ADP's Emerging Business Services (http://ebs.adp.com/) đưa ra các chương trình trọn gói về hỗ trợ kinh doanh, từ các kiểm tra trình độ ứng cử viên xin việc, thời gian và phí tổn thực hiện báo cáo, làm bảng lương và vv.... Đây cũng là một thư viện về các công cụ, mánh lới và đường link đến các dịch vụ gia tăng khác.

America's Small Business Center (http://www.smallbusinesscenter.com/) chứa các đường link để kiểm tra tín dụng trên mạng, các đơn xin vay vốn, định giá bảo hiểm, cung cấp thiết bị văn phòng và nhiều dịch vụ hỗ trợ kinh doanh cần thiết khác.



bCentral (http://www.bcentral.com/) cung cấp các dịch vụ cho các DN nhỏ để tăng sự hiện diện trên mạng. Trang web này gồm có việc đăng ký vào công cụ tìm kiếm (search-engine), giải pháp thương mại điện tử chìa khoá trao tay và một mạng lưới hạng nhất để các DN quảng cáo trên các trang web khác. (bCentral thuộc sở hữu của Microsoft).

BizBuyer.com (http://www.smarterwork.com/) là một trang web miễn phí dành cho các DN nhỏ chào mua, chào bán các hàng hoá và dịch vụ. Trang web cũng cung cấp chỉ dẫn mua máy tính, dịch vụ pháp luật, hệ thống điện thoại ...vv

BusinessFinance.com (http://www.businessfinance.com/) có chứa các công cụ để tìm nguồn vốn, các loại hình cho thuê tài chính và tín dụng... Ngoài ra còn có các nguồn để liên kết các công ty kinh doanh vốn với các công ty cần vốn.

BusinessThinkers (http://www.colettaandcompany.com/) đưa ra các ứng dụng web căn bản về quản lý dự án, theo dõi thời gian và chi phí, thương mại điện tử, tìm kiếm khách hàng hoặc nhân viên....



CCH Business Owner's Toolkit (http://www.toolkit.cch.com/) bao gồm các công cụ tìm kiếm các nhãn hiệu thương mại, bằng sáng chế, bản quyền, tiểu sử công ty, các chính sách liên quan đến kinh doanh của chính phủ và các mối quan hệ thương mại quốc tế. Trang web này cũng bán các dịch vụ thông tin tài chính, marketing, nhân lực và công nghệ thông tin.

Centerbeam (http://www.centerbeam.com/) cung cấp cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, phần cứng và phần mềm máy tính, mạng lưới, truy cập Internet, hỗ trợ 24x7 ...vv, tất cả được cung cấp với một mức giá cố định hàng tháng.

eLance (http://www.elance.com/) kết hợp hỗ trợ cho cả người mua và người bán bằng dịch vụ đặt mua, chào bán qua mạng, qua thư, fax, điện thoại, email..., từ tiếp thị cho đến tư vấn máy tính, ...vv. Người mua có thể lựa chọn các đơn hàng đã ấn định giá của các nhà cung cấp có lựa chọn được đảm bảo bởi eLance, hoặc có thể đưa đơn đặt hàng của họ lên mạng để mời thầu.

eScout.com (http://www.escout.com/) là một thị trường trên web dành cho các DN nhỏ mua bán các hàng hoá và dịch vụ.



GE Small Business Solutions (http://www.gesmallbusiness.com/) tập hợp tất cả các đề nghị về các khoản cho vay, cho thuê và thẻ tín dụng cho các sản phẩm công nghệ thông tin.

InsWeb (http://www.insweb.com/) cung cấp các loại hình bảo hiểm và tỷ lệ bảo hiểm so sánh. Xe ô tô, nhà đất, nhân thọ, sức khoẻ, bảo hiểm nhà... đều là những sản phẩm được bảo hiểm tại đây với sự tham gia của hơn 30 công ty bảo hiểm nổi tiếng của Mỹ.

Onvia (http://www.onvia.com/) được thành lập với mục đích trở thành thị trường cho kinh doanh quy mô nhỏ, nơi các DN có thể tìm thấy mọi thứ từ các dịch vụ thương mại điện tử, cho thuê văn phòng, máy tính .... Ngoài ra còn có các tin tức về thị trường, tài chính và công nghệ.

QuoteSmith.com (http://www.quotesmith.com/) là một tổ chức định giá bảo hiểm so sánh, làm việc với hơn 300 công ty bảo hiểm.

SmartAge (http://www.smartage.com/) giúp các nhà kinh doanh thành lập và phát triển trang web của riêng mình. Các dịch vụ được cung cấp gồm có : xây dựng website, tư vấn về các phần mềm thương mại điện tử, chương trình quảng cáo trọn gói và đào tạo, hướng dẫn về kinh doanh trên mạng.

WebSiteforFREE.com (http://www.websiteforfree.com/) tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kết nối trực tuyến bằng cách kết nối trang Web của họ lên mạng miễn phí. Trang Web này sẽ được thiết kế bởi WebSiteforFREE.com, tất nhiên các doanh nghiệp phải trả phí để bảo trì.

Works.com (http://works.com/) giúp các doanh nghiệp đặt hàng trực tuyến các sản phẩm văn phòng như: đồ nội thất, máy tính, các máy văn phòng, trang thiết bị chuyên dùng... Trang này cũng cung cấp tính năng quản lý mua hàng cho các công ty thiếu hệ thống quản lý thu mua sắm nội bộ.

Nguồn thông tin từ chính phủ

Small Business Administration (http://www.sba.gov/) của chính phủ Mỹ cung cấp các trợ giúp về tài chính, kỹ thuật và quản lý cho các doanh nghiệp nhỏ. Qua site của mình SBA cho phép các doang nghiệp tiếp cận với các chương trình hỗ trợ các doanh nghiệp và cung cấp các địa chỉ liên quan khác

Minority Business Development Agency (http://www.mbda.gov/) thuộc bộ thuơng mại Mỹ hỗ trợ các doanh nghiệp của nguời thiểu số. Nó cung cấp các thông tin về doanh nghiệp

này, các cơ hội làm ăn, vốn kinh doanh và văn phòng hỗ trợ của MBDA.

Office of Women's Business Ownership (http://www.sbaonline.sba.gov/womeninbusiness/) in the Small Business Administration khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp của phụ nữ. Nó cung cấp đường dẫn tới trang web của các chủ doanh nghiệp nhỏ.

STAWRS (http://www.tax.gov/) viết tắt của Simplified Tax and Wage Reporting System là sự kết hợp giữa chính phủ, các doanh nghiệp nhằm giảm gánh nặng của các chủ doanh nghiệp trong việc khai báo thuế và thu nhập.

U.S. Business Advisor (http://www.business.gov/) là một ngân hàng chứa các đường dẫn tới các trang của các cơ quan chính phủ các các chính sách

Bạn vẫn còn chưa thoả mãn với các trang hỗ trợ cho DN nhỏ ở trên. Vậy hãy truy cập vào các trang sau để tìm các đường link đến mọi thứ mà bạn cần :

AllBusiness.com (http://www.allbusiness.com/)
Business.com (http://www.business.com/)
SmallBizManager.com (http://www.smallbizmanager.com/)

Thế giới cho những văn phòng ảo đang rộng mở

Cơ hội giao thương cho các doanh nghiệp (DN) là một thị trường lớn với rất nhiều tiềm năng, mức cầu rất lớn trong khi mức cung lại khá ít. Với sự nhanh nhạy của tuổi trẻ, một số doanh nhân đã nắm bắt được nhu cầu trên và lập nên những văn phòng «ảo"đầu tiên, mở đầu cho một thế giới mới của những văn phòng ảo có hiệu quả thật.



Từ những thông tin rác

Vốn là một nhân viên xúc tiến thương mại ở "Trung tâm Phát triển ngoại thương và đầu tư", Vũ Quốc Tuấn đã từng nhiều lần lang thang trên mạng để tìm thông tin và các cơ hội giao thương. Nhưng sau nhiều lần đóng học phí đến triệu đồng/tháng (tiền phí Internet), Vũ Quốc Tuấn hiểu rằng dù được hỗ trợ bằng các công cụ truy tìm điện tử hiện đại thì đa phần các thông tin mà các doanh nhân nhận được chỉ là...thông tin rác. Phần lớn các đơn vị cung cấp thông tin thương mại nói chung và thông tin về cơ hội giao thương nói riêng đều đi theo hướng cung cấp những thông tin mà họ có sẵn trong tay chứ không đi theo hướng cung cấp thông tin mà các doanh nghiệp cần.

Đối với nhiều DN vừa và nhỏ, nhu cầu không chỉ dừng lại ở việc tìm và giới thiệu đối tác mà còn cả quá trình giao dịch lâu dài với đối tác đó. Nhiều DN sau khi đã tìm được đối tác phù hợp, nhưng lại không biết cách viết thư chào hàng đúng tiêu chuẩn khiến cho đối tác nước ngoài nghi ngờ khả năng của mình. Tình hình đáng lo hơn khi hai bên đàm phán hợp đồng. Tập quán thương mại cũng như luật pháp của mỗi nước có nhiều điểm dị biệt. Nếu không có kinh nghiệm xử lý thì hợp đồng rất dễ đổ vỡ.

Chính vì vậy, tháng 9 năm 2001, khi lập và đưa công ty TNHH Việt Văn vào hoạt động, để đáp ứng cho các DN, đặc biệt là các DN vừa và nhỏ, giám đốc Tuấn chủ trương thực hiện dịch vụ cung cấp thông tin thương mại theo một hướng hoàn toàn mới: cung cấp thông tin mà khách hàng cần và "dịch vụ trọn gói".

Vừa sản xuất vừa tiêu dùng... thông tin

Công ty Việt Văn do Tuấn thành lập đã phối hợp với công ty TNHH SGC để mở một kênh xúc tiến mậu dịch mới (Website http:/www. tradeinvietnam.com). Từ bất cứ địa phương nào trong nước, qua công ty Việt Văn, doanh nghiệp có thể có một số điện thoại và số Fax riêng ngay tại 150 thành phố lớn trên khắp thế giới, hoặc số điện thoại và số Fax tại 45

quốc gia. "Văn phòng thông minh" của Việt Văn hoạt động 24/24 giờ sẽ trả lời bằng tên của đơn vị tham gia khi đối tác kinh doanh ở nước ngoài gọi đến, chuyển Fax và lời nhắn điện thoại mà các số này nhận được đến số máy hoặc địa chỉ đến đơn vị trong vòng 30 phút.



Để làm được việc này, Việt Văn đã thu thập đội ngũ nhân viên vững kỹ thuật vi tính, giỏi ngoại ngữ , có kinh nghiệm truy tìm trên Internet. Với ưu thế về trang thiết bị và đường truyền, công ty tìm thông tin ở nhiều nguồn, từ các đơn vị tổ chức xúc tiến mậu dịch các nước như Jetro, Cetra, Matrade, Hong Kong Council, trong nước như Vietcochamber, FTDC..., từ các bộ phận thương vụ của các cơ quan ngoại giao, từ các nguồn sẵn có trên Internet và niên giám, đài 1080, báo chí, số liệu thống kê... Sau đó, thông tin sẽ được nhân viên của Công ty chọn lọc, cụ thể và mở rộng... rồi "rao bán".

Công ty Việt Văn cũng phát triển được một phần mềm cho phép đưa thông tin cần mua, cần bán của các DN trong nước lên 3000 trang Web một lúc với điều kiện... miễn phí, chỉ thu phí khi có đối tác nước ngoài liên lạc lại hỏi mua sản phẩm !

Mở nhiều triển vọng !

Tùy theo mức độ sử dụng dịch vụ, công ty Việt Văn đưa ra nhiều mức phí để bảo đảm tính linh hoạt của dịch vụ và đáp ứng như cầu của các DN. Nếu chỉ yêu cầu tìm kiếm tên, địa chỉ đối tác thuộc một ngành hàng nào đó, chi phí chỉ dao động từ 2.000 đến 5.000 đồng/ đối tác, nếu DN cần viết Fax hoặc Email chào hàng, phí dịch vụ soạn và gửi là 30.000 đến 50.000 đ/trang...

Đi vào hoạt động, Công ty Việt Văn chủ trương"khuyến mãi" bằng cách cung cấp thông tin miễn phí. Chỉ trong 3 ngày đầu tiên đã có 100 doanh nghiệp trở thành thành viên của mạng thương mại điện tử " www.tradeinvietnam.com".

Đến đầu năm mới 2002, số thành viên tăng lên 370, có 60 thành viên là các công ty nước ngoài (có trụ sở ở nước ngoài). Một số trường hợp DN yêu cầu công ty thay mặt họ giao dịch, đã tìm được kết quả như mua bột mì với giá thấp, mua tấm mốp, kẽm thỏi...Việt Văn cũng tìm được đối tác xuất khẩu cho một số ngành hàng như thủ công mỹ nghệ, may mặc cho các DN vừa và nhỏ, xin được cơ chế đại lý độc quyền cho một số DN trong nước. Các loại thông tin có thu phí dù ở giá khiêm tốn (50.000 đến 100.000 đồng/tháng) nhưng đủ trang trải chi phí để công ty phát triển.

Với cách làm năng động trên, Vũ Quốc Tuấn không chỉ cung cấp cơ hội kinh doanh cho chính mình mà còn mở ra những cơ hội kinh doanh mới cho nhiều DN vừa và nhỏ. Một ngành nghề kinh doanh mới đang dần hình thành, ở đó những người chủ doanh nghiệp không phải lo đến mặt bằng sản xuất, không cần chạy đôn chạy đáo tạo vốn, chỉ cần đến những bộ óc thông minh, năng động và không ngừng sáng tạo. Những "cái đầu" ấy sẽ góp phần tạo nên diện mạo mới cho nền kinh tế Việt Nam.